

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos, en la ciudad de Barranquilla.

Presentado por:

Leidy Andrea Ramirez Zuluaga

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería - programa de Ingeniería Industrial

Medellín – Colombia – 2021

Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos, en la ciudad de Barranquilla.

Presentado por:

Leidy Andrea Ramirez Zuluaga

Trabajo de grado para optar al título de Ingeniero Industrial

Director de tesis:

Martha Catalina Ospina Hernández

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - Escuela de Ciencias Básicas, Tecnología e Ingeniería - programa de Ingeniería Industrial

Medellín – Colombia – 2021

RESUMEN

Tomando como premisa del presente estudio que el rol de la investigación, la generación de tecnologías y la innovación son hoy en día la base del crecimiento y dinámica económica en la sociedad moderna, además de la alarmante desproporción que existe en la educación superior entre el número de egresados y el número de tesis sustentadas para la obtención del grado académico en programas de pregrado como de posgrado esto debido a la falta de preparación y desinterés por parte de alumnos y profesionales además del desconocimiento de metodologías de investigación científica, hace evidente una falta de servicios de consultorías en la que se brinden asesoría en investigación científica, formulación y planteamiento de proyectos.

Por lo tanto, el objetivo de este estudio es determinar la factibilidad de la creación de una microempresa de consultoría y asesoría en investigación científica y formulación de proyectos, en el cual se utilizó una metodología basada en la realización de investigaciones descriptiva y observacional bajo el enfoque metodológico de FONADE para la evaluación de la factibilidad de planes de negocios.

Dentro de los hallazgos del proyecto se encontró que existe un alto nivel de aceptación del mercado por parte del cliente, donde se percibe la intención de contratar asesorías y consultorías en investigación y proyectos. Durante el análisis financiero y económico se revela que el proyecto es económicamente factible al tener una TIR mayor a la rentabilidad exigida por el inversionista y con un valor actual neto positivo.

Palabras claves: Factibilidad, Mercado, Estudio financiero, consultoría, proyectos, investigación.

ABSTRACT

Taking the premise that nowadays the role of research, technology generation, and innovation is the cornerstone of the dynamic and economic growth of the modern society, beside the worrying about the present disproportion between higher education, number of graduated students and thesis that has been set out to get the academic degree either in undergraduate and graduate programs due to the lack of preparation and disinterest of students and professionals, moreover the unknowledge of scientific investigation methodology, reveal that there is a lack of consultant's offices and advice services in which are provide advice in scientific investigation and proposal of different kind of projects.

The purpose of this study is to determine the feasibility of create a small consultancy firm that is focus on scientific research and formulated projects in which the methodology that was used is based on the descriptive and observational research performed under the FONADE methodology approach for the feasibility evaluation of business plans.

Within the findings of the project was found that in the marker exist a higher level of interest whereby it is perceiving that the client has the intention of contract the consultancy in research and projects. The financial and economic analysis shows that the project is feasible because it has a TIR (for its acronyms in Spanish) greater than the profitability that the investors and with a current positive net value.

Keywords: Feasibility, Market, Financial study, consulting, projects, research.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	9
CAPITULO 1. EL PROBLEMA	10
Antecedentes	10
Formulación del problema.....	11
Justificación	11
Objetivo general	12
Objetivos específicos	12
CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO	13
Antecedentes	13
Marco conceptual	14
Marco legal.....	15
Marco ambiental.....	17
Idea de negocio.....	17
Aspectos importantes para iniciar una Mipyme	17
Determinación de la factibilidad.....	18
Estructura general del estudio de factibilidad.....	19
Consultoría y asesoría.....	19
Tipos de consultoría.....	20
Proceso de consultoría	21
Consultoría metodológica para la investigación y las publicaciones	21
Descripción del propósito de consultoría.....	21
Propósito de la consultoría metodológica de investigación	22
Los servicios de consultoría en metodología de la investigación por lo general incluyen:.....	22
La enseñanza de la investigación científica.....	23
Las TIC en la gestión y asesoría de tesis	24
La investigación científica y el desarrollo empresarial	25
CAPITULO 3. METODOLOGIA	26
Tipo de investigación	26
Población de la investigación.....	27
Tamaño de la muestra.....	27
Tipo de muestreo	28
Fuentes de información	29
Técnica de recolección de datos.....	29
Validación y confiabilidad	29
Procesamiento y análisis de datos	30
Diseño metodológico de la investigación.....	31
CAPITULO 4. RESULTADOS.....	34
Módulo de mercado.....	34
Objetivos estratégicos del plan de mercado	34
Objetivos cuantitativos	35
Objetivos cualitativos	35
Análisis del sector.....	35

Indicadores económicos departamentales	36
Análisis de la demanda para servicios de consultoría y asesoría	37
Análisis del mercado de las consultorías	38
Estudio de mercado	39
Objetivos del estudio de mercado	39
Mercado potencial.....	39
Población.....	39
Muestra	40
Instrumento para la captura de información	40
Validación del instrumento de captura de información	40
Trabajo de campo.....	41
Resultados obtenidos	41
Descripción del servicio para estudiantes, Mipymes, territoriales	48
Análisis de la competencia.....	49
Estrategia de precios	51
Objetivo de la estrategia de precios	51
Estrategias de promoción.....	51
Estrategia de servicio	51
Estrategia para aumentar la retención de clientes	52
Módulo operacional.....	55
Ficha técnica del servicio	56
Descripción del proceso.....	56
Necesidades y requerimientos	59
Consumo por unidad de servicio.....	60
Análisis de la infraestructura requerida	60
Módulo organizacional.....	62
Análisis DOFA	63
Organismos estratégicos de apoyo	64
Estructura organizacional	65
Nombre de la empresa	65
Misión	65
Visión.....	66
Valores corporativos	66
Objetivos de la empresa	66
Estructura organizacional	66
Descripción funciones del servicio humano	67
Constitución de la empresa y aspectos legales	69
Gastos de personal	71
Gastos de puesta en marcha	72
Gastos de marketing.....	72
Gastos anuales de administración	73
Módulo financiero	73
Fuentes de financiación	73
Bases establecidas para el análisis financiero.....	73

Proyecciones consolidadas	74
Flujo de caja.....	80
Balance general.....	81
Estado de resultados	81
Análisis de la VAN y TIR	82
Egresos	83
Capital de trabajo	84
CONCLUSIONES	85
RECOMENDACIONES.....	86
BIBLIOGRAFÍA	87
ANEXOS	90

TABLAS

Tabla 1 - Población de estudio.....	27
Tabla 2 - Calculo de la muestra para la comunidad académica	28
Tabla 3 - Muestra de la investigación	29
Tabla 4 - Valoración de la fiabilidad de items según el coeficiente Alpha de Conbach	30
Tabla 5 - Estadísticos de fiabilidad.....	30
Tabla 6 - Estudio del mercado	31
Tabla 7 - Estudio de operación	32
Tabla 8 - Estudio de organización	32
Tabla 9 - Análisis financiero.....	33
Tabla 10 - Variables principales, según actividad del servicio: indicador nacional.....	36
Tabla 11 - Tipo de muestra	40
Tabla 12 - Análisis de la competencia	50
Tabla 13 - Proyección de precios valor por hora de servicio.....	53
Tabla 14 - Estimación de la demanda por horas de asesoría	54
Tabla 15 - Mercado potencial – proyección 5 años	55
Tabla 16 - Proyección ventas servicios por horas.....	55
Tabla 17 – Proceso de servicio	57
Tabla 18 - Necesidades y requerimientos para empresa de consultoría	59
Tabla 19 - Descripción de la infraestructura.....	61
Tabla 20 - Análisis DOFA microempresa de consultoría.....	63
Tabla 21 - Descripción del cargo gerente	67
Tabla 22 - Descripción del cargo contador	68
Tabla 23 - Descripción del cargo consultor junior/master.....	69
Tabla 24 - Proyección anual de nomina.....	71
Tabla 25 - Gastos de puesto en marcha	72
Tabla 26 - Proyección de marketing	72
Tabla 27 - Gastos de administración.....	73
Tabla 28 - Bases establecidas para el análisis financiero	74
Tabla 29 - Proyecciones consolidadas	75
Tabla 30 - Flujo de caja	80
Tabla 31 - Balance general	81
Tabla 32 - Estado de resultados	82
Tabla 33 - Análisis de la TIR y la VAN del plan de negocios.....	83

FIGURAS

Figura 1 - Estructura general del estudio de factibilidad	19
Figura 2 - Proceso de consultoría.....	21
Figura 3 - Determinación de factibilidad	26
Figura 4 - Metodología del estudio de mercado	34
Figura 5 - Diagrama Ishikawa análisis del sector	38
Figura 6 - Mapa de proceso empresarial de consultoría	56
Figura 7 - Plano de la planta física.....	62
Figura 8 - Metodología modulo organizacional.....	62
Figura 9 - Logotipo empresa de asesoría y consultoría en investigación	65
Figura 10 - Organigrama asesoría y consultoría EUREKA.....	66

INTRODUCCIÓN

El nuevo modelo de universidad investigativa en el cual el proceso de investigación científica es esencial para la educación de un profesional, de esta manera, a la tradicional función de enseñanza que había permanecido hasta ahora, se le agrega a la universidad y a los docentes una importante función investigativa. Para las universidades, esta exigencia se concentra en los programas de maestrías y doctorados, estos programas deben demostrar un componente investigativo serio, para así el estudiante poder obtener su respectivo registro ante el ministerio de educación y para acceder a los procesos de acreditación del CNA.

El enfoque a la investigación no solo es asunto de la academia, también está siendo usada en el ámbito empresarial, como componente de innovación y desarrollo, del mismo sentido, las entidades territoriales como alcaldías y gobernaciones se apoyan en estos procesos investigativos para conocer el contexto de alguna situación en especial.

Teniendo en cuenta la aplicación y la necesidad de la investigación en el mundo moderno, tanto en el desarrollo profesional, como en el ámbito empresarial y la gestión pública, da como resultado la importancia y el creciente mercado que ha tenido la asesoría y consultoría en investigación aplicada.

El presente documento plasma esta necesidad y plantea la propuesta de estudiar la factibilidad para la creación de una microempresa de consultoría en investigación y desarrollo, se realizará un estudio de mercado, un estudio operacional o técnico, un estudio legal y estratégico y por último un estudio financiero y de costos, así mismo determinar al final de este si es conveniente una puesta en marcha del proyecto.

CAPITULO 1. EL PROBLEMA

En este capítulo se presentan los antecedentes y argumentos que explican el origen del problema que se planteara en la presente investigación, para redactar la pregunta problema, y finalmente se definen los objetivos y justificación.

Antecedentes

El siglo XXI ha lanzado serios retos, para todas las áreas del conocimiento, pero en especial para la investigación, siendo esta un componente central para el desarrollo humano, económico, social y tecnológico.

El Departamento Nacional de Planeación y el Observatorio Colombiano de Ciencia y tecnología, han venido calculando el índice departamental de innovación (IDIC) que se basa en el índice global de innovación, el IDIC permite evaluar de manera periódica cada uno de los factores que afectan la innovación en los departamentos, en el departamento del Atlántico los indicadores reflejan una baja tendencia, por ejemplo el índice departamental de innovación en el año 2017 fue de 41,72 %, la colaboración en investigación entre empresas y otras organizaciones de conocimiento mostro un indicador significativamente bajo con un 2,93 %, sin embargo, los artículos en publicaciones científicas y técnicas alcanzó un porcentaje de 59,21 %.

En el ámbito académico para las universidades actualmente es cumplir criterios de alta calidad y acreditación, sus programas académicos orientan su acción y suponen retos de alta envergadura a la investigación científica, tecnológica, humanística y artística en sintonía con el saber universal y con alta visibilidad.

El CNA establece en el factor investigación, y dentro de los compromisos con la investigación que la universidad debe promover el apoyo administrativo y financiero para el desarrollo y gestión de la investigación, gestión del conocimiento (vigilancia tecnológica), la creación de empresas y de planes de negocios (como los centros de incubación y financiación empresarial, oficinas de transferencia de resultados de investigación, centros de investigación y desarrollo tecnológico, entre otros) proyectos de innovación en conjunto con empresas y la creación artística y cultural, de acuerdo con la naturaleza del programa. (Consejo Nacional de Acreditación, 2013, p. 42)

No obstante, existe un débil acompañamiento de los asesores, poco compromiso y falta de dedicación a la hora de estos procesos, lo que incurre a dejar al profesional en un limbo metodológico al momento de llevar un orden y un control de su investigación, tal es el caso de muchos estudiantes el cual terminan académicamente su formación y no titulan por la carencia de su trabajo investigativo.

En el ámbito empresarial no es ajena esta situación, un estudio realizado por la Asociación Nacional de Instituciones Financieras en la ciudad de Barranquilla (2014), demuestra la necesidad de las empresas en especial las Mipymes en recibir asesoría en cuanto a procesos de investigación, diseño experimental e investigación de procesos y operaciones

para la mejora del servicio, resalta la importancia de la asesoría y consultoría en investigación e innovación empresarial.

Para el caso de captación de recursos de regalías por parte de instituciones educativas y entidades territoriales no es ajeno este tipo de necesidad, puesto que existen recursos destinados exclusivamente para estas actividades, y del mismo modo estructurar propuestas y proyectos que puedan ser presentados ante los Órganos Colegiados de Administración y Decisión OCADS, y al el Departamento de Planeación Nacional (DNP) y Colciencias. En muchas de las ocasiones las entidades territoriales como alcaldías municipales y entidades educativas presentan deficiencias en la formulación de proyectos (Metodología General Ajustada MGA) y preparación de informes y propuestas de investigación social que hace parte de los planes de desarrollo.

Esta problemática en el ámbito educativo, empresarial y sector público (entidades territoriales) evidencia la magnitud del problema y la necesidad de enfrentar las situaciones de un modo creativo e innovador, y generar una propuesta de valor que pueda suplir la necesidad que se encuentra en el mercado para este tipo de servicios de consultoría y asesoría profesional. Las áreas del conocimiento a abordar serian ajustadas a la necesidad del cliente es decir serán vista de manera transversal.

Formulación del problema

¿Es factible la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y formulación de proyectos para brindar servicios al sector público y privado?

Justificación

Con esta investigación, se quiere dar a conocer los pasos que implica la creación de una microempresa, en este caso de asesorías y consultorías en investigación y proyectos. En la costa Atlántica son muy pocas las empresas que están dedicadas a esta actividad comercial, predominan las empresas en asesorías en fortalecimiento empresarial Mipymes, pero muy pocas enfocadas a ofrecer servicios de asesorías y consultorías en cuanto al mejoramiento de la innovación y la mejora de procesos por medio de la investigación científica o en su defecto de cómo realizarla.

Se han financiado desde el 2012 al 2016 alrededor de 11 macro proyectos relacionados a las CTI en el departamento del Atlántico con una inversión aproximada de 100 mil millones de pesos, distribuidos en formación científica y tecnológica, servicios científicos y tecnológicos Innovación y Desarrollo (I+D), apropiación social de la Ciencia y Tecnología (CyT), estos recursos son captados por proyectos bien estructurados y formulados en relación a los indicadores departamentales y se asignan de acuerdo con las necesidades básicas insatisfechas (NBI). (DNP, 2017)

En cuanto al servicio de asesorías y consultorías en investigación aplicada a la comunidad académica, estudiantes y grupos de investigación es escasa esta oferta, dando a conocer una nueva necesidad y oportunidad de negocio en el cual hay mucho camino por explorar.

Existen problemas que se presentan en el sector educativo, empresarial y sector público, principalmente es el de no tener los suficientes conocimientos en la presentación de propuestas, desarrollo, metodología, control y seguimiento de estas.

Así mismo, esta investigación permitirá conocer cuál es el estado o nivel de conocimiento de los estudiantes que culminan estudios profesionales en cuanto a métodos de investigación, a las empresas en cuanto a las deficiencias y necesidades en investigación y desarrollo, del mismo modo en las entidades territoriales.

“En el departamento del Atlántico hacen presencia más de 23 entidades territoriales” (Verano, Rosa, Rojas, David, & Maya, 2019). La educación universitaria concentra el 53,9% de los graduados de educación superior (7.366), la formación técnica y tecnológica el 25,2% (3.449 graduados) y las especializaciones y maestrías participan con el 20,9% (2.854 graduados), para un total de 13.669 graduados en 2012 y unas 39.000 Mipymes. (Camara de Comercio Barranquilla, 2016), esto la convierte en un mercado potencial para la explotación del servicio propuesto para la evaluación de factibilidad.

El resultado general de esta investigación permitirá tener una visión clara sobre la viabilidad de esta oportunidad de negocio en el caso de presentar proyecciones positivas en cuanto a utilidades y sostenibilidad financiera, en el mismo sentido que esta investigación contenga las directrices claras para la creación de una microempresa en este sector.

Objetivo general

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de consultoría y asesoría en proyectos de investigación científica, desarrollo e innovación en la ciudad de Barranquilla.

Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado que indique el segmento de la población al cual se va a dirigir la propuesta.
- Diseñar las estrategias que se van usar para penetrar en el mercado y la demanda potencial estimada.
- Realizar un estudio técnico de operación acorde al proceso de prestación del servicio.
- Diseñar un estudio organizacional apropiado en cuanto a la estructura organizacional, y los aspectos legales del negocio.

CAPITULO 2. MARCO TEÓRICO

El marco teórico es la base fundamental de toda investigación, su principal función es recopilar los antecedentes de un tema de estudio como teorías, experimentos, datos, estadísticas, etc... Con lo que el investigador puede identificar vacíos e interrogantes por explorar la justificación del proyecto. Presentándose en éste capítulo la base teórica y conceptual por la que se sustenta el proyecto de investigación.

Hernández Sampieri (2008) señala que un marco teórico es “un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar cómo nuestra investigación agrega valor a la literatura existente”.

El marco teórico reúne todos los hallazgos importantes que se deben tener en cuenta al momento de documentar el proyecto, siendo el marco teórico la construcción conceptual del conocimiento, el cual nos permite acercarnos a la problemática y explicarla desde la teoría.

El marco teórico presenta de manera clara y explícita cómo deben entenderse, para efectos del presente documento, los diferentes términos que se emplearan para entender el problema y para poder dar una respuesta razonable a la pregunta de investigación. Mertens (2005) nos señala que, el marco teórico proporciona una visión sobre donde se sitúa el tema propuesto en el trabajo de grado dentro del campo de conocimiento en el cual nos “moveremos”, señala cómo encaja la investigación en el conjunto de lo que se conoce sobre un tema o tópico estudiado.

Antecedentes

De acuerdo con las fuentes consultadas no se obtuvo información sobre proyectos realizados de estudios de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos. Pero a continuación se exponen algunas empresas que ya se encuentran en el mercado de consultoría y asesoría para tener una expectativa real.

- **PWC ASESORES** esta empresa de consultoría está ubicada en la ciudad de Bogotá. Pwc asesores es una firma que cuenta con profesionales especializados en diferentes industrias de acuerdo a la habilidad de cada profesional, tiene un amplio enfoque de las industrias entre los cuales están: automotriz, agroindustria, infraestructura, transporte y logística, productos industriales, retail y consumo, servicios financieros, telecomunicaciones.
Esta empresa cuenta con servicios para empresas públicas y privadas de las diferentes industrias ofreciendo servicios de auditoría, outsourcing, legal, tecnológico, tributario, fusiones y adquisiciones, consultoría de negocios, centro de conocimientos y experiencia, normas internacionales de información financiera. (Pwc Colombia, 2020)
- **C&M Consultores** es una compañía con una antigüedad de 22 años de experiencia, esta empresa presta servicios de asesoría y consultoría, como consultoría de alto nivel en las áreas de educación, la infraestructura, el bienestar social, la tecnología de la

información y las comunicaciones, además presta servicios de interventoría, auditoría, gerencia y evaluación de proyectos dirigidos a los sectores público y privado. Opera sobre una estructura que se basa en proyectos, se caracteriza por estandarizar la labor gerencial, el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones como soporte de apoyo, con bajos niveles de jerarquización y una rápida capacidad de respuesta. (C&M Consultores, 1999)

- **Proyéctese consultores S.A** es una compañía de consultoría en gestión de proyectos, programas y portafolios prestando servicios de asesoría, consultoría, capacitación por medio de un equipo multidisciplinario de profesionales especializados. Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá. Los servicios de asesoría y consultoría que presta la empresa proyéctese consultores son especializados en planificación, evaluación, dirección y control de proyectos, programas y portafolios, cuenta con profesionales capacitados en gestión de proyectos y certificados. (Proyéctese consultores. S.A, 2020)
- **Zaita consultoría** es una empresa ubicada en Duitama, Boyacá, presta servicios de consultoría especializada en procesos de gestión TI, calidad de software, gestión de proyectos y en gestión y madurez de la innovación, y es soportado en marcos referenciales internacionales. Esta empresa también ofrece formación académica tales como: cursos oficiales, seminarios y talleres presenciales, on-line y virtuales. Contando con certificaciones internacionales en TI con acreditación. También tiene una ingeniería de software con aplicación de metodologías. (Zaita consultores, 2012)
- **Borealis Innovation** es una empresa ubicada la ciudad de Bogotá D.C. Se dedica acelerar la innovación en las organizaciones por medio de apoyo en la consultoría de proyectos en innovación organizacional, esta empresa ofrece una estrategia de guía para la innovación, gestión innovadora apoyando la transformación sostenible, forma y desarrolla capacitaciones para que la empresa habilite la capacidad de innovación por sí misma, también brinda apoyo con los proyectos de emprendimiento para materializar dichos proyectos. (Borealis Innovation, 2021)

Marco conceptual

Asesoría: Es la labor de un profesional que se dedica asesorar, diagnosticando, realizando sugerencias y brindando soluciones de acuerdo a un determinado asunto en el ámbito de su especialización.

Ciencia: Según Mario Tamayo y Tamayo, puede definirse como “el conjunto de conocimientos racionales, ciertos y probables, obtenidos metódicamente, mediante la sistematización y la verificación y que hacen referencia a objetos de la misma naturaleza”.

Consultor: “Cualquier persona que da consejos o presta servicios de su naturaleza profesional o semiprofesional a cambio de una retribución” (W. A. Cohen, 2003).

Factibilidad: “Se entiende por factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto” (Varela, 1997).

Gestión del conocimiento: Consiste en un conjunto de procesos sistemáticos (identificación y captación del capital intelectual, tratamiento, desarrollo y compartimiento del conocimiento, y su utilización) orientados al desarrollo organizacional y/o personal y, consecuentemente, a la generación de una ventaja competitiva para la organización y/o el individuo. (Gómez, 2006)

Innovación: Es la implementación de una nueva o significativa mejora de un producto (bien o servicio), o proceso, un nuevo método de mercadotecnia, o un nuevo método organizacional en las prácticas de negocios, el lugar de trabajo de la organización o en las relaciones externas. (Cabot, 2014)

Investigación científica: “Es un procedimiento reflexivo, sistemático, controlado y crítico que permite descubrir nuevos hechos y datos, relaciones o leyes en cualquier campo del conocimiento” (Ezequiel Ander Egg, 1971).

Propiedad intelectual: La propiedad intelectual se relaciona con las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio. La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que abarca las patentes de invención, las marcas, los diseños industriales y las indicaciones geográficas. El derecho de autor, que abarca las obras literarias. (OMPI, 2015)

Proyecto: Un proyecto es una actividad grupal que se maneja de forma temporal, dado que este tiene definido un comienzo y fin, su objetivo es producir un producto, servicio, o resultado, que es único.

Tecnología: “Conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico” (Quallenberg, 2012).

Transferencia de conocimiento: “Comprende un conjunto de acciones en distintos niveles realizadas por diferentes instituciones de manera individual y agregada para el desarrollo, aprovechamiento, uso, modificación y la difusión de nuevas tecnologías e innovaciones” (Davenport, Prusak, & Webber, 2000).

Viabilidad: Es el estudio que tiene como objetivo conocer el éxito o fracaso de un proyecto, Encendiéndose como la capacidad de un proyecto para producir los logros esperados.

Marco legal

El marco legal constituye todas las normativas que se deben tener en cuenta para la creación de una empresa, y para esto es necesario acudir a la Constitución Política de Colombia, la Cámara de Comercio de Barranquilla y la DIAN.

En la Cámara de Comercio de Barranquilla se debe elegir la forma, ya sea persona natural o jurídica para la creación de la empresa, elegir un nombre de la empresa, verificar que se puede realizar la prestación del servicio de consultoría en el lugar que se determine, verificar si es necesario el visto bueno de la secretaria de salud, verificar el código de la actividad económica, diligenciar el RUT, realizar el proceso de matrícula si es aplicable (camarabaq, 2020)

En la DIAN se realiza la formalización de la empresa, asignación del número NIT, pago de aportes parafiscales. En la Constitución Política de Colombia, tenemos las siguientes leyes y decretos aplicables:

Ley Mipyme: La ley que contempla la promoción de la micro, pequeña y mediana empresa conocida como, ley 905 del 2004 y por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000. Es creada fundamentalmente con el objetivo de “inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, esto como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial.

Ley general del emprendimiento: Por medio de la cual se dictan normas fomentando la cultura de emprendimiento empresarial en Colombia, es la ley 1014 del 2006. Su objetivo es “Promover el espíritu emprendedor de los estudiantes para generar bienes y servicios dirigidos a formar competencias empresariales”. Esta ley se concentra por medio de una cátedra de emprendimiento en la creación de vínculos entre los estudiantes y el sistema productivo.

Ley ambiental: El decreto 1299 de 2008 reglamenta el artículo octavo de la Ley 1124 de 2007, esta ley expone la obligación de todas las empresas del país para que desarrolle su actividad mediante la implementación y respeto por la norma ambiental, “Todas las empresas a nivel ambiental deben tener un departamento de gestión ambiental dentro de su organización para velar por el cumplimiento de la normatividad ambiental de la República”.

Otras disposiciones

- Ley 55 de 1999: Esta ley establece un régimen que promueve y facilita la activación empresarial, la estructuración de los entes territoriales para asegurar la función social de las empresas, con el fin de lograr el desarrollo de las regiones y se dictan disposiciones.
- Ley 789 del 2002: Por medio de esta ley se modifica el código sustantivo de trabajo y se dictan normas que apoyan la protección social y el empleo.
- Sentencia C-392 del 2007: Esta sentencia contempla en artículo 22 de la Ley 1014 de 2006 o ley general del emprendimiento, que todas las empresas que se creen en la vigencia de esta ley y tengan hasta 10 empleados y menos de 500 smmlv se contribuyen y vigilan como empresas unipersonales.
- Sentencia C-448 del 3 de mayo del 2005: Demanda de inconstitucionalidad contra la expresión “con concepto previo favorable de la Dirección de Apoyo Fiscal del Ministerio de Hacienda”, contenida en el artículo 21 de la ley 905 de 2004 “por medio de la cual se modifica la ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones”. El demandante afirma que las expresiones acusadas vulneran los artículos 1º, 287 y 294 de la Constitución Política. Lo anterior, en procura de estimular la creación y subsistencia de las Mipyme.

Marco ambiental

En la actualidad podemos ver los resultados de la contaminación y cambios ambientales, esto producto de la sobreexplotación a los recursos naturales, las industrias y empresas en aras de obtener resultados y éxito, han expuesto el medio ambiente a daños irreparables. Debido a esto se ha iniciado una fuerte lucha gubernamental y de las personas para contrarrestar el daño ocasionado, exigiendo a las empresas mediante leyes a reciclar y minimizar el daño ambiental.

El sistema de gestión ambiental también conocido como ISO 14001 nos brinda una asesoría que busca mejorar los procesos productivos, cumplir la legislación ambiental aplicable y evitar sanciones, mejorando así la imagen de la empresa, logrando ventajas competitivas y acceso a mayores mercados, y así poder alcanzar los objetivos ambientales y reducir el impacto que podemos tener en él. A través de políticas y programas que promuevan el desarrollo sostenible, la protección del medio ambiente y la prevención de la contaminación.

Desde este punto de vista nos centramos en que la empresa de consultoría y asesoría y cada integrante de la misma este comprometido a utilizar productos y utensilios que no dañen el medio ambiente, impulsando el reciclaje, y patrocinando el marketing verde que es de vital importancia para todos.

Idea de negocio

Una idea de negocio es el principio de las primeras nociones para la creación de una empresa que se desea crear, en el cual se presenta como característica principal la identificación de una necesidad, y la manera de como satisfacerla a través de un producto (sea este bien o servicio), todo esto a cambio de un beneficio.

Otros autores definen más a fondo el concepto de idea de negocio, como la relación entre “la necesidad cuya satisfacción es valorada por unos clientes (clientes potenciales) y la posibilidad de proponer un producto que brinde soluciones y a su vez permitan obtener beneficios para sus promotores” (Rodríguez & Mórelo, 2012).

Cuando el resultado de una idea satisface la necesidad específica de un segmento de la población se puede considerar que una idea es de alto valor, ya sea la prestación de un servicio o la elaboración de un producto y/o proceso (Mórelo, Filion, Cisnero, 2011).

Aspectos importantes para iniciar una Mipyme

Las empresas pequeñas generalmente están asociadas con la detección de una necesidad u oportunidad de negocio, todo esto enfocado en la búsqueda de la independencia en términos laborales y económicos.

Cuando se decide comprar o crear una empresa propia esto requiere tener en cuenta una serie de factores tales como: legales, económicos, familiares, humanos, materiales y financieros.

Una vez que se está seguro de iniciar una empresa nueva o adquirir una en operación, lo que sigue es realizar un estudio de factibilidad que nos brinde la información necesaria para saber si es factible y cuáles son las condiciones favorables y desfavorables para ello.

Entre los diferentes aspectos que se deben tener en cuenta al momento de iniciar una empresa son: El mercado que se cubrirá, la ubicación de la empresa, la distribución y arquitectura de las instalaciones físicas internas y externas, el recurso humano que deberá contratarse en el presente y en el futuro, los estado de flujos de efectivo, las proyecciones de ventas y costos, las proyecciones financieras, el estado de resultados, estado financiero al final de un periodo, determinación de fuentes futuras de fondos y balances generales, y la fijación de puntos de equilibrio. El recibir una empresa en operación o iniciar una requiere de un esfuerzo de gestión o, por lo contrario, si es nueva de estudio de factibilidad, una labor que demanda dedicación, esfuerzo y tiempo (Mórelo, Filion, Cisnero, 2011).

Una vez terminemos el análisis, el empresario deberá estar consciente que tiene en sus manos una herramienta que le será útil no sólo para iniciar satisfactoriamente sus operaciones con la nueva empresa, sino también para disminuir en forma considerable el riesgo de fracaso.

Determinación de la factibilidad

Según Quallenberg (2012) el estudio de factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados, los estudios de factibilidad se apoyan en 4 aspectos básicos:

Factibilidad mercado: Es todo aquello relacionado con el mercado, con determinar el segmento de la población, las estrategias que se van usar para penetrar el mercado, y la demanda potencial estimada.

Factibilidad técnica / operativa: Es todo aquello donde intervienen todas las actividades o tareas relacionadas a los procesos de operación de la empresa, depende del personal que participa durante la operación del proyecto. Durante la etapa técnica operativa se identifican todas las actividades que se hacen necesarias para poder lograr el objetivo y se evalúan y determinan todos los aspectos necesarios para llevarla a cabo, así mismo los recursos necesarios para la operación técnica, lo menciona (Castañeda & Macias, 2016) “se refiere a los recursos necesarios como herramientas, conocimientos, habilidades, experiencia, que son necesarios para efectuar las actividades o procesos que requiere el proyecto. Generalmente nos referimos a elementos tangibles (medibles)”.

Factibilidad económica: Esta se refiere a todos los recursos económicos y financieros necesarios para efectuar las actividades o procesos y así poder obtener los bienes o recursos básicos que se deben considerar, como los son el costo del tiempo, el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos recursos.

Factibilidad legal: Es la determinación de cualquier infracción, violación o responsabilidad legal en que se podría incurrir por el desarrollo del sistema. El éxito de un proyecto está dado por el nivel de factibilidad que presenta cada uno de los tres aspectos

anteriores, factibilidad económica, operativa o de mercado. El estudio de factibilidad nos sirve para compilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y de acuerdo a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

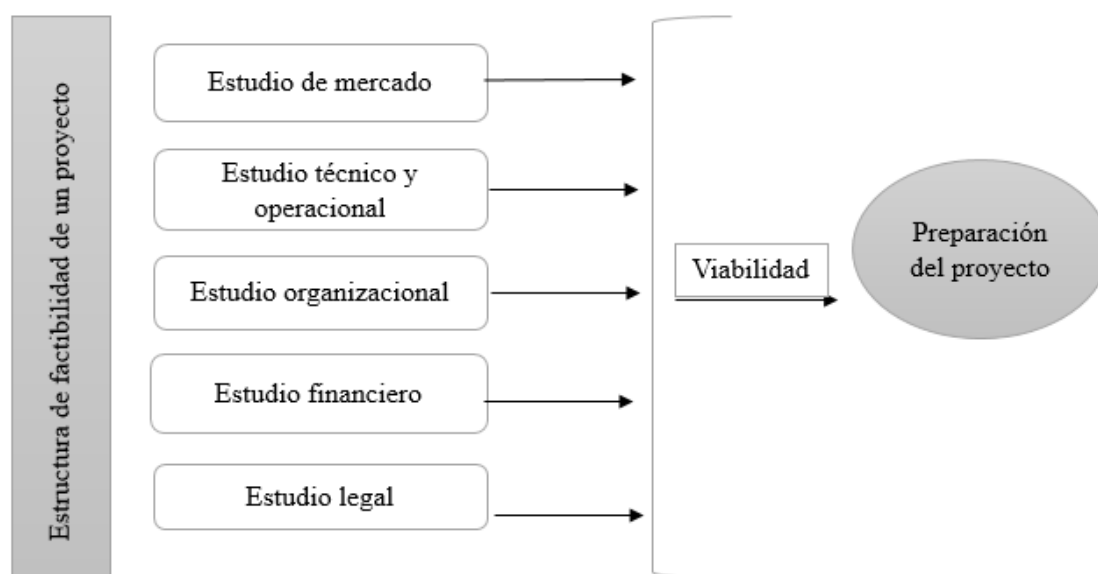
Estructura general del estudio de factibilidad

J. Flórez, (3a. ed. 2015) Refiere que “las áreas esenciales de un plan de negocios son aquellas que determinan en gran medida su contenido y generalmente son las de mayor importancia en cualquier negocio o empresa, independiente mente de su naturaleza o giro”

De esta manera se pueden identificar en la figura 1 las diferentes áreas que son de vital análisis para la formulación de un plan de negocios.

De la misma manera cada uno de estos módulos presenta un sin número de variables que deben desarrollarse para poder lograr el análisis total. En la metodología se describirá de manera concreta todas las variables que serán tenidas en cuenta en este estudio de factibilidad.

Figura 1.



Estructura general del estudio de factibilidad

Consultoría y asesoría

Los términos "consultoría" y "asesoría" se usan frecuentemente, sin embargo, existen diferencias significativas entre ambos conceptos y su finalidad, particularmente se usa para explicar servicios subcontratados usados por las compañías para mejorar el rendimiento o resolver problemas.

La consultoría se establece como aquel proceso ya sea de acompañamiento o de aporte de conocimiento a una compañía o persona para descubrir un problema en específico y llegar a una solución.

“La asesoría es usualmente una relación en términos de largo plazo. El asesor generalmente orienta y da pautas de cómo solucionar dicho problema, ayuda a descubrir problemas, no obstante, dirige a sus clientes hacia quien pueda ayudar a resolverlos, un consultor” (López, 2016).

Las asesorías y consultorías en la práctica suelen emplearse mucho como sinónimos, debido a que presentan un núcleo común principal en su definición, se trata de ofrecer un servicio para la solución de un problema, aunque existan ligeras diferencias, existe un punto de quiebre que permiten establecer una cierta separación entre estas dos actividades.

Existen varias necesidades que conllevan a una contratación de una consultoría, según C. William (2003):

La necesidad de personal: En ciertas épocas del año las empresas medianas o grandes con alta demanda, no tienen suficiente personal para cubrir las necesidades requeridas por el cliente, lo que crea la obligación de contratar asesores o requerir una ayuda, al presentarse una excesiva carga laboral temporal que requieren ciertos conocimientos especializados los cuales no se necesitan todos los meses del año.

La necesidad de mejorar las ventas: Las ventas son el corazón de las empresas, sin ventas no existirían y es por esto que muchas empresas buscan ayuda por fuera de su personal de ventas o marketing para aumentar sus ventas en determinados plazos.

Reglamentaciones gubernamentales: Las reglamentaciones del gobierno pueden redundar en multas o en el peor de los casos en el cierre de la empresa, si no se obedecen. Ninguna empresa está exenta a las reglamentaciones del gobierno y todas las empresas tienen que cerciorarse de acatarlas de la manera más eficiente y efectiva. Esto crea la necesidad de contratar personal de asesoría que brinde la ayuda necesaria para que la empresa permanezca dentro de las normas gubernamentales vigentes.

La necesidad de diagnosticar problemas y hallar soluciones: Siempre existirá la necesidad de personas que sepan solucionar los problemas y que tengan gran habilidad para diagnosticarlos. Por lo regular las empresas buscan profesionales con grados académicos de maestría o doctorado dado que se deduce que estos profesionales poseen las habilidades para diagnosticar los problemas que afrontan las empresas y para desarrollar las soluciones requeridas. (C. William, 2003, p.11).

Tipos de consultoría

Los tipos de consultoría que pueden prestarse están divididos en dos grupos:

Consultoría especializada: Se caracteriza por ofrecer apoyo a las empresas en temas específicos como: mercadeo, tecnología, temas legales y jurídicos, bienes raíces, comercio exterior. Estas empresas de consultoría especializada se han establecido en un segmento específico e identificable del mercado.

Consultoría integral: la consultoría integral encierra varios tipos de departamentos, aspectos y problemas dentro de una organización. Por lo cual cuentan con un equipo

multidisciplinario de consultores, los cuales deben tener claro en todo momento que las organizaciones son sistemas que deben ser reforzados y estabilizados.

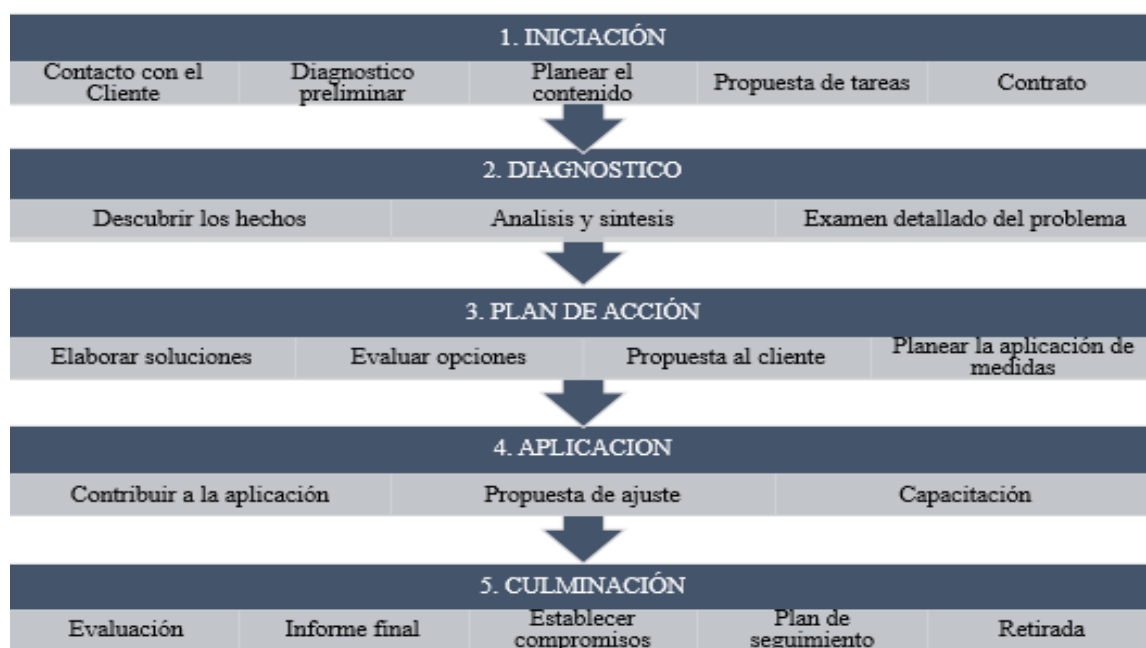
Consultoría metodológica para la investigación y las publicaciones

La consultoría en metodología de investigación tiene el objetivo de aumentar la calidad de la investigación académica, empresarial y científica en las diferentes áreas del conocimiento y en todas las profesiones, así como también de incrementar la producción científica, y ayudar al intercambio de pruebas y observaciones con otros profesionales que se encuentren interesados en aspectos relativos a la investigación y la publicación.

Proceso de consultoría

La consultoría sigue un proceso el cual según William Cohen (2003) es variable dependiendo la metodología del consultor, sin embargo, se conserva la misma estructura.

Figura 2.



Proceso de la consultoría

Descripción del propósito de consultoría en investigación

El servicio de consultoría metodológica se ofrece con la participación de profesionales de forma directa o audiovisual, los especialistas, realizan un diagnóstico inicial de las competencias del asesorado en cuanto al conocimiento de metodologías de investigación y de acuerdo con su resultado se programan varias sesiones de trabajo completas hasta que el asesorado adquiera las competencias metodológicas y el uso de las herramientas de

investigación. La modalidad virtual se implementa mediante plataformas virtuales donde el usuario puede acceder desde cualquier lugar del mundo.

Propósito de la consultoría metodológica de investigación

- Afianzar las prácticas de la investigación partiendo del asesoramiento metodológico a los clientes que necesiten ayuda para sus proyectos de investigación, apoyando el diseño de la metodología, elección del instrumento de toma de información, procesamiento de los datos y la información obtenida, la elaboración de tesis, proyecto o artículo a publicar.
- Promover la elaboración de publicaciones científicas través de la capacitación de los especialistas en redacción científica y asesoramiento metodológico, para los clientes interesados en realizar publicaciones arbitradas e indexadas en español, inglés u otro idioma.
- Ejecutar actividades científicas referentes a las ciencias de la información como herramienta para facilitar el intercambio de herramientas.
- Suministrar productos con información de valor agregado con el cual se busca asistir las actividades de investigación y educación de los clientes en aspectos referentes a la metodología de la investigación y la estadística.

Los servicios de consultoría en metodología de la investigación por lo general

incluyen:

Asesoría para la elección de la temática a investigar: Este aspecto inicial de un proyecto se examina por medio de la pertinencia del estudio de factibilidad de realización, el presupuesto de los costos que este requiere, el tiempo de realización, el instrumento para la toma de datos que deberá emplear y las herramientas académicas que serán necesarias, entre otros aspectos.

Elaboración del protocolo de investigación: El cliente aprenderá a realizar la correcta redacción del planteamiento del problema incorporando la descripción de la problemática de estudio, los antecedentes del mismo, las investigaciones realizadas previamente o estado del arte a construir, el objeto de estudio y la formulación de la pregunta de investigación, así como los objetivos de esta, de igual forma aprenderá a componer el marco teórico y el método requerido en un protocolo de investigación.

Asesoría para la creación del marco teórico: El cliente aprenderá a indagar en las fuentes académicas y científicas apropiadas y validas, para encontrar la información pertinente y con estas elaborar las fichas analíticas y biográficas, componer en estilo APA, IEEE u otros estilos, recapitular, interpretar o construir la teoría explicativa del tema a investigar, hacer comparativas teóricas, preparar el debate de la teoría del conocimiento y construir el objetivo teórico de la investigación.

Asesoría para la creación de metodologías: El cliente aprenderá a diseñar el método, abarcando la elección apropiada del diseño de investigación, determinar y elegir el grupo social a estudiar, realizar la definición de la muestra del estudio, optar por el modelo matemático de

las correlaciones a estudiar, optar por el instrumento a usar, entender y aplicar el proceso del estudio de datos, entre otros puntos que se requieren para el método de investigación.

Asesoría para la creación de instrumentos de investigación: El cliente aprenderá a elegir pertinentemente los instrumentos de toma de datos para su investigación o en el caso dado aprenderá a construir el instrumento, a partir de los criterios estandarizados para la creación de cuestionarios o encuestas, la forma de aplicación, la validación y prueba de fiabilidad, la estructura de los datos, los mecanismos a usar para la aplicación y el proceso cuantitativo y cualitativo de los datos.

Asesoría para la creación de resultados y conclusiones: El cliente aprenderá a interpretar lo información obtenida y en particular los resultados, como las estadísticas descriptivas, los análisis de contingencia o tablas cruzadas, el análisis de la correlación de casualidad, la prueba de hipótesis, entre otros. Redactará de forma ordenada lógica y congruente el apartado de los resultados y realizará la derivación de las conclusiones y recomendaciones de los mismos.

Asesoría para la estructura del reporte final: “El asesorado aprenderá a estructurar de manera apropiada y de acuerdo a los lineamientos de su institución, su tesis, reporte de investigación o artículo científico a publicar” (Guevara, 2012).

La enseñanza de la investigación científica

La experiencia en la enseñanza de la investigación juega un papel fundamental, tener muchos conocimientos disciplinares, dominios metodológicos, y saberes pedagógicos además de eso la facilidad de sistematizar y resolver problemas.

Del mismo modo, en muchas ocasiones existen asesorías por parte de docentes con muy poco recorrido en la investigación y que se centran en la reproducción de lo planteado, en manuales de metodología. Lo que da como resultado erróneas prácticas docentes y endebles formas de promover la enseñanza de la investigación, lo que termina por ocasionar equivocadas concepciones del quehacer científico y del propio proceso investigativo. (Aguilar, 2015)

Existen diversas maneras de orientar al estudiante a la investigación científica, leer investigaciones, realizar exposiciones conceptuales, acompañar al investigador, enseñar investigando, investigar en contextos particulares. Es muy importante además desarrollar el escribir y redactar procesos de interpretación de textos, también en muchos casos la divulgación de pequeñas investigaciones entre los mismos estudiantes «los estudiantes aprendan sobre investigación y a investigar» (Morales, Alberto & Rincón, 2005).

El aprendizaje debe de ir acompañado no solo de la vocación del docente, sino de recursos pedagógicos que promuevan la enseñanza y los procesos de pensamiento crítico, habilidad que resulta primordial en la investigación.

Finalmente se puede decir que los profesores universitarios, definen su imagen en torno a lo que se pretende enseñar y la forma en que se deben abordar los contenidos de las asignaturas relacionadas con la teoría y la metodología de la investigación científica. “para enseñar y aprender metodología de la investigación” (Scribano, Gandia, & Magallanes, 2006).

Las TIC en la gestión y asesoría de tesis

De manera preliminar el uso del correo electrónico significó el medio principal por el cual las asesorías de tesis encontraron su principal método de retroalimentación y comunicación, luego se interpuso el uso de páginas personales y luego las plataformas enfocadas propiamente al trabajo educativo y de colaboración, en estas se encuentran una variedad de recursos que permiten planear, diseñar y producir materiales didácticos que contribuyen al diseño de ambientes educativos más elaborados, tal es el ejemplo de las plataformas virtuales de aprendizaje como Moodle (Aguilar, 2015).

Las diferentes tecnologías aplicadas al campo de la comunicación permiten ajustar cada una de ellas según su contexto ideal, por ejemplo, el correo electrónico (institucional y comercial), Google Drive, la mensajería instantánea a través de WhatsApp, Skype, tenían que ser empleados para requerimientos diversos.

En el caso de las asesorías o consultorías de proyectos de investigación o trabajos de grado, el correo electrónico se usa frecuentemente para la entrega de avances de tesis por el tipo de documentos que se produjeron a lo largo de la construcción del objeto de estudio, la elaboración del marco teórico, el diseño metodológico y la presentación de resultados.

Todas las dudas e inquietudes que surgen al desarrollo de las actividades de la investigación se realizan generalmente por video charlas empleando Skype, esta herramienta de comunicación es especialmente importante pues brinda la oportunidad para trabajar de manera sincronizada y directa de manera virtual con el asesor, sea conversando o chateando, así como para compartir breves textos relacionados con su indagación o bien para mostrar los avances de los artículos o ponencias, que así mismo, herramientas como Google Drive permiten compartir textos conjuntos de textos especializados, de gran tamaño, específicamente relacionados con el marco teórico de la tesis, de la investigación o de la metodología diseñada para el trabajo de campo, además de artículos y libros electrónicos que muchas veces por su peso no pueden ser compartidos por el correo electrónico, otras herramientas como Google encuestas, permite crear instrumentos de captura de la información, compartir con la población objetivo y con una interfaz para el procesamiento rápido de datos.

Por otra parte, los celulares y aplicaciones móviles se emplean para herramientas de comunicación directa o para notificar avances enviados del proyecto investigativo, el mensaje de texto y el mensaje de voz son las principales herramientas de comunicación. En pocas ocasiones el teléfono móvil se emplea para hacer llamadas, pues se empleó Skype o WhatsApp.

Es importante que tanto el asesor como el asesorado utilicen y comprendan la importancia del trabajo colaborativo virtual y de las diferentes herramientas y plataformas tecnológicas como metodologías para facilitar el proceso de aprendizaje y construcción de conocimiento, es importante que la comunidad de aprendizaje se apropie de los diversos recursos o dispositivos con lo que se puede contar para una labor compleja que pone a dialogar dos universos cognitivos: el de aquel que enseña y ese otro que aprende.

La investigación científica y el desarrollo empresarial

La investigación se convierte en el pilar principal para la construcción de nuevo conocimiento, la investigación promueve el desarrollo en todas las ciencias y todo nuevo desarrollo se origina producto de ella.

El desarrollo empresarial no solamente está ligado a las operaciones de la empresa si no, a un sin número de procesos que permiten mejorar la productividad en forma eficiente, eficaz y efectiva, dándole primicia al capital humano, pero todo esto tomado generalmente de centros de desarrollo empresarial propios de la industria o por el contrario de la academia en general.

La investigación científica está en constante movimiento y de por si es un proceso dinámico, las grandes organizaciones debido a su entorno de competitividad buscan involucrarse y desarrollar nuevos procesos y tecnologías, muchas veces logrando alianzas con universidades, como centros naturales de producción de conocimiento, sin embargo, algunas empresas acuden a la consultoría externa y aún más allá fundan y organizan sus propios centros de investigación, debidamente equipados de recursos humanos y técnicos.

Se considera la Investigación y Desarrollo como un *Stock of Knowledge*, y si se analizan las series de tiempos desde la perspectiva del nacimiento de nuevos productos y servicios hasta ser obsoletos, se puede concluir que esta es causante de ambos fenómenos, debido a que la nueva investigación se hace obsoleta en algunos casos a la anterior o por el contrario se refuerza sobre ella.

Los resultados arrojados muestran como I+D tienen un efecto positivo sobre la productividad. La causalidad entre I+D la calcula a partir de la tasa de crecimiento de la productividad en relación con los totales de gasto en I+D.

Fedesarrollo en 2009 realiza un estudio que concluye: la innovación en la gestión y en el marketing aumenta la productividad y las ventas de las empresas. Los incentivos tributarios para ciencia e innovación generan impactos positivos en la PTF entre 4%-16% creciente en el tiempo, y en algunos años el impacto es mayor al 20%, y tienen un impacto promedio en la productividad laboral en un rango entre el 5,8% y 10,9%. La innovación en el sector de servicios (BID, 2013) logra impactos significativos en la productividad laboral con incrementos promedio del 24,2%. (S. Alc, 2010)

Se justifica, en consecuencia, la obtención y aplicación inmediata a I+D de recursos públicos provenientes de otras fuentes con el fin de inducir una demanda empresarial creciente por innovación y su decisión de invertir de manera creciente y sostenida en ella, dada la demostrada rentabilidad de la inversión en I+D y sus positivos impactos.

CAPITULO 3. METODOLOGIA

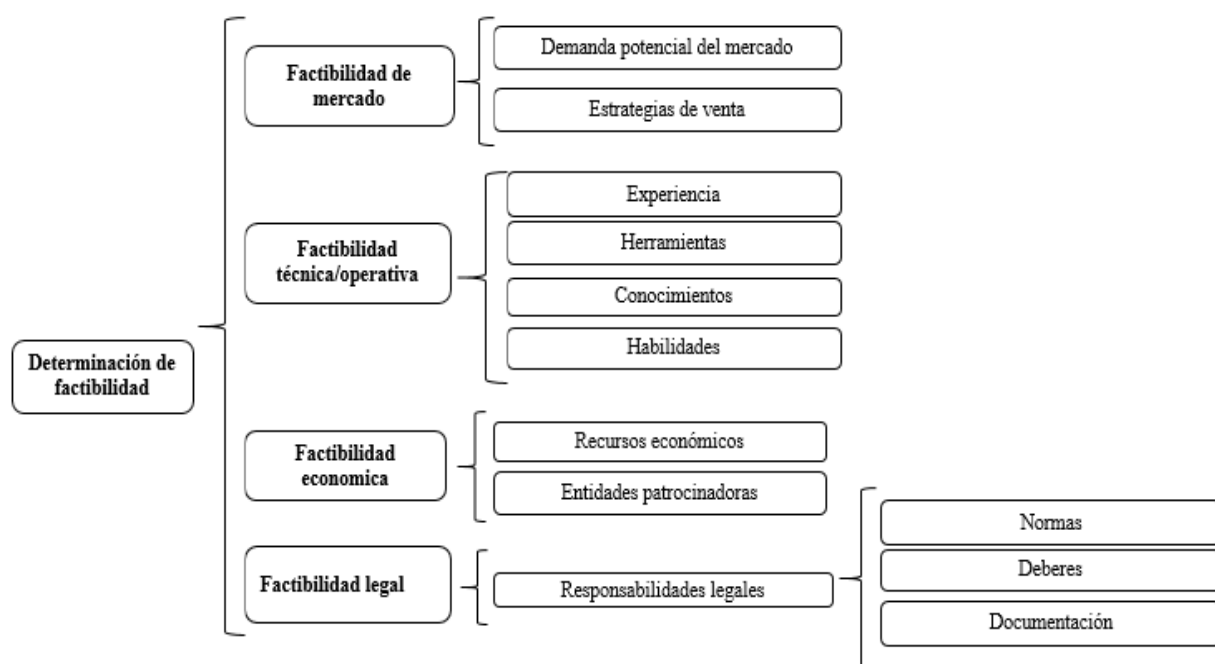
El capítulo tres presenta la metodología que se va a llevar a cabo para la realización del presente estudio. Los pasos empleados para llegar a los resultados son: el enfoque de la investigación, el tipo de investigación, la población y muestra, las variables, el diseño de la investigación, las técnicas e instrumentos para recolección de información (Lerma, 2009).

Sampieri, Fernández & Baptista (2014) establecen que la metodología consiste en visualizar de manera práctica la forma de responder las preguntas de investigación y cumplir con los objetivos definidos. En este sentido, se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información requerida para responder al planteamiento del problema.

En este proyecto se empleará la metodología con un enfoque cuantitativo, en la cual se emplea la recolección de datos para probar hipótesis (encuesta), un enfoque cualitativo de investigación basados en la lógica y procesos inductivos, tales como explorar y describir.

También se determina la factibilidad apoyada en 4 aspectos básicos, como lo muestra la siguiente figura:

Figura 3.



Determinación de factibilidad

Tipo de investigación

Para la presente investigación se estableció una investigación de tipo descriptiva, debido a que permitirá analizar las variables para el estudio de factibilidad y a partir de esta descripción emitir un juicio basado en análisis integral del proyecto para emitir un concepto de factible o no factible.

- Descriptivo: “Porque identifica y mide diversos aspectos, dimensiones o componentes de las variables a investigar” (Bernal, 2010).

Población de la investigación

Para efectos de determinar las condiciones generales del mercado, se considera como población objetivo de 10908 personas correspondientes a estudiantes de la región y discriminados de la siguiente manera:

- De acuerdo con el observatorio laboral según datos para la educación en el Atlántico se gradúan alrededor de **10.669** estudiantes cada semestre, esto traduce un dato estimado de la población de la comunidad estudiantil, se concentra el 53,9 % de los graduados de educación superior (7.366), la formación técnica y tecnológica el 25,2 % (3.449 graduados) y las especializaciones y maestrías participan con el 20,9 % (2.854 graduados).
- Para las entidades territoriales solo se han tenido en cuenta las ubicadas en el departamento del atlántico, en total son **23** municipios que forman parte del territorio atlanticense, tomando esta como población total y finita.
- Según la cámara de comercio de Barranquilla la población de las Mipymes es de **39.465** empresas de todos los sectores servicio, comercio e industria. Para la muestra de investigación se escogieron empresas representativas dentro del sector industrial con una base de datos comprada en la cámara de comercio, abarca un total de **216** empresas entre las cuales se encuentran empresas de: muebles, otras industrias manufactureras, alimentos y bebidas y productos textiles.

Tabla 1.

Población de estudio

Población	Cantidad
Comunidad estudiantil	10.669
Entidades territoriales	23
Empresas privadas y ONG	216
Total	10908

Tamaño de la muestra

La muestra de estudio corresponde a la denominada muestras probabilísticas estratificadas proporcionalmente, esto aplica para las 4 poblaciones descritas anteriormente.

Se estableció el tamaño de la muestra y el tipo de muestreo que se utilizó para seleccionar las muestras de las diferentes poblaciones. Se determinó el tamaño de la muestra que tiene en cuenta el tamaño de la población, el nivel de confianza y el margen de error por medio de la siguiente formula:

$$n = \frac{4N \cdot p \cdot q}{E^2 (N - 1) + 4 p \cdot q}$$

Se definieron los datos para el cálculo de la muestra en comunidad estudiantil ilustrado en tabla 2.

Tabla 2.

Calculo de la muestra para la comunidad académica

Datos de Variable	
Población (N)	10906
El número 4	Es el coeficiente de confiabilidad para un 95%
p y q	0.8 y 0.2 respectivamente
E	Error: 5

Cálculos:

$$n = \frac{4(10908) * 0.8 * 0.2}{5^2 (10908 - 1) + 4 * 0.8 * 0.2}$$

Resultados: La muestra para la comunidad académica es de **n= 285**

Tipo de muestreo

Después de calcular el tamaño de la muestra se utilizó el tipo de muestreo probabilístico estratificado “proporcional estratificado”, el tamaño de cada estrato se ha fijado teniendo en cuenta el tamaño de la población.

Al calcular el factor de proporción tenemos:

$$f = n/N$$

$$f = 285/10908$$

$$f = 0.02$$

Tabla 3.*Muestra de la investigación*

Población	Cantidad	F. Proporcional	Total por muestra
Comunidad estudiantil	10.669	0.026	277
Entidades territoriales	23	0.026	2
Empresas privadas y ONG	216	0.026	5
Total			284

Fuentes de información

Para realizar la siguiente investigación se tuvo en cuenta dos tipos de fuentes de información:

- Fuentes primarias: Las fuentes primarias se obtendrán producto de las encuestas o instrumentos de captura de la información aplicado directamente a la población o nicho de estudio, esta información después de ser capturada, será tabulada y organizada en una base de datos en Excel 2018 para su posterior análisis.
- Fuentes secundarias: Las fuentes secundarias que se tendrán en cuenta estarán en bases de datos de información científica, libros digitales, informes y estadísticas relacionadas al sector de estudio, así mismo se tendrán en cuenta los estudios o trabajos con antecedentes semejantes a la investigación.

Técnica de recolección de datos

La técnica que se utilizara en la investigación es el instrumento de encuesta. Una encuesta es un instrumento que admite compilar los datos por medio de una entrevista a una muestra de personas, que al mismo tiempo representa a una población mayor pero que tienen en común características similares en términos que el evaluador analiza previamente, y de esta forma poder obtener información para realizar cualquier investigación en concreto.

Se elaboraron las encuestas para los 3 grupos que anteriormente se identificaron como población de estudio, para obtener información sobre las percepciones de una empresa de asesoría en investigación científica.

Validación y confiabilidad

- Validez: Se realizó con una prueba piloto del instrumento diseñado y aplicado al 10% de la población seleccionada para el estudio (28 personas), hecho que permitió validar

el instrumento por parte de los encuestados y además calcular los valores de P y Q necesarios para hallar el tamaño de la muestra.

- Confiabilidad: especificar las características técnicas de la encuesta.

Se estimó la confiabilidad del instrumento a través del Alpha de Cronbach, el cual se describe así: si el valor se encuentra cercano a 1, mayor es la consistencia interna de los ítems que componen el instrumento. Según George y Mallery (1995) “si el Alpha es mayor que 0,9, el instrumento es excelente, en el intervalo 0,9 - 0,8 bueno, entre 0,8 - 0,7 aceptable, en 0,7 - 0,6 débil, entre 0,6 - 0,5 pobre, menor que 0,5 no es aceptable” Lo anterior se puede resumir en la siguiente tabla:

Tabla 4.

Valoración de la fiabilidad de ítems según el coeficiente Alpha de Conbach

Intervalo	Valoración de fiabilidad
0 – 0,5	Inaceptable
0,5 – 0,6	Pobre
0,6 – 0,7	Débil
0,7 – 0,8	Aceptable
0,8 – 0,9	Bueno
0,9 - 1,0	Excelente

Para el caso de nuestra investigación el valor obtenido es de 0,997 lo cual señala que el instrumento es excelente y que existe consistencia interna entre los ítems que lo componen.

Tabla 5.

Estadísticos de fiabilidad

Alpha de Conbach	Número de elementos
0,997	10

Procesamiento y análisis de datos

Los datos obtenidos serán tabulados en Excel última versión 2018 (v18)

Diseño metodológico de la investigación

Para la elaboración del estudio de factibilidad se tomó como referencia el modelo del Fondo emprender SENA, el cual esta subdividido por 4 etapas, los cuales son:

- Etapa 1. Estudio del mercado
- Etapa 2. Estudio de operación
- Etapa 3. Estudio de organización
- Etapa 4. Análisis financiero

los siguientes cuadros detallan la metodología seguida para cada uno de los módulos y la manera como se abordó y se desarrolló cada tema:

En la **ETAPA 1** se desarrollarán todas las variables relacionadas al estudio de mercado, esto nos brindara la información suficiente sobre el mercado meta y su dinámica actual, la tabla 6 relaciona las actividades a desarrollar:

Tabla 6.

Estudio del mercado

Actividad	Método	Fuente
Definición de Objetivos	Observación directa, Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Análisis del Sector	Análisis de documentos / Notas de campo / Observación sistemática y no sistemática	Primaria Secundaria
Análisis del Mercado	Análisis de documentos Observación sistemática y no sistemática	Primaria Secundaria
Estudio De Mercado	Análisis de documentos Observación sistemática y no sistemática	Primaria
Concepto del Servicio	Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Análisis de la Competencia	Observación sistemática y no sistemática	Primaria Secundaria
Estrategias de Precio	Observación sistemática y no sistemática	Primaria Secundaria
Estrategias de Promoción	Análisis de documentos Observación sistemática y no sistemática	Primaria Secundaria
Estrategias de Servicio	Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Presupuesto de la mezcla de mercadeo	Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Proyección de demanda	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria
Justificación de Proyección de la demanda	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria

En la **ETAPA 2** encontraremos el desarrollo de todas las variables relacionadas al estudio de operación, aquí se hace un análisis técnico de la propuesta, la tabla 7 relaciona las actividades a desarrollar:

Tabla 7.

Estudio de operación

Actividad	Método	Fuente
Ficha Técnica del Producto o Servicio	Análisis de documentos / Notas de campo	Primaria Secundaria
Descripción del Proceso	Observación directa, Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Necesidades y Requerimientos	Inventarios y listados de interacciones / Análisis de documentos / Notas de campo	Primaria Secundaria
Consumos por Unidad de servicio	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria
Costos de Producción	Técnicas proyectivas Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Infraestructura	Inventarios y listados de interacciones / Análisis de documentos / Notas de campo	Primaria Secundaria

En la **ETAPA 3** encontraremos el desarrollo de todas las variables relacionadas a la estructura organizacional de la microempresa, la tabla 8 relaciona las actividades a desarrollar:

Tabla 8.

Estudio de organización

Actividad	Método	Fuente
Análisis DOFA	Observación directa, Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Organismos de Apoyo	Análisis de documentos / Notas de campo	Primaria Secundaria
Estructura Organizacional	Análisis de documentos	Primaria Secundaria
Constitución Empresa y Aspectos Legales	Análisis de documentos / Notas de campo / Observación sistemática y no sistemática	Primaria Secundaria
Gastos de Personal	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria
Gastos de Puesta en Marcha	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria
Gastos Anuales de Administración	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria
Impacto Económico, Regional, Social, Ambiental	Análisis de documentos	Primaria Secundaria

En la **ETAPA 4** encontraremos el desarrollo de todas las variables relacionadas al estudio, las finanzas y todas las proyecciones y resultados de los escenarios planteados, esto nos brindara la información suficiente sobre el mercado meta y su dinámica actual, la tabla 9 relaciona las actividades a desarrollar:

Tabla 9.

Análisis financiero

Actividad	Método	Fuente
Fuentes de Financiación	Técnicas proyectivas	Primaria Secundaria
Modelo Financiero	Análisis financiero	Primaria Secundaria
Análisis TIR y VAN	Análisis financiero	Primaria Secundaria
Egresos	Análisis financiero	Primaria Secundaria
Capital de Trabajo	Análisis financiero	Primaria Secundaria
Ventajas Competitivas y Propuesta de Valor	Análisis de contenido	Primaria Secundaria
Resumen Ejecutivo	Análisis de contenido	Primaria Secundaria
Análisis normativo legal del plan de negocios	Observación directa, Análisis de documentos Análisis de contenido	Primaria Secundaria

Se considera como investigación descriptiva aquella en que, se reseñan las características o rasgos de la situación o fenómeno objeto de estudio “La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental” (Bernal, 2010).

Se consideran que todos los procesos y métodos utilizados para la realización de este estudio de factibilidad está orientado a una investigación de tipo descriptiva en un nivel básico de investigación, el cual se transforma en la base de otros tipos de investigación.

CAPITULO 4. RESULTADOS

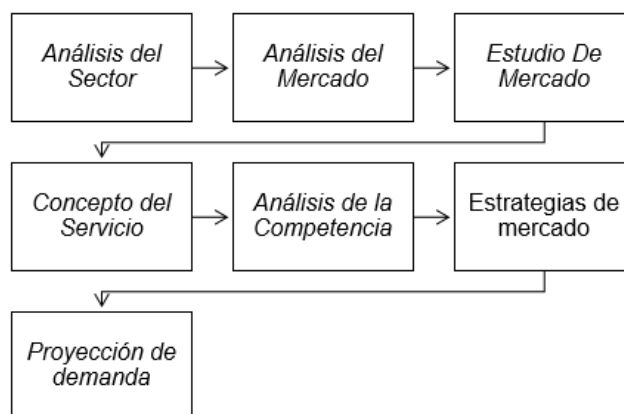
En el presente capítulo se presentarán los resultados obtenidos del estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos, en la ciudad de Barranquilla, teniendo en cuenta cuatro módulos para evaluar los resultados obtenidos:

- Módulo de mercado
- Módulo operacional
- Módulo organizacional
- Módulo financiero

Módulo de mercado

En el siguiente módulo de mercado se definirán objetivos a cumplir de la propuesta de negocios, considerando los aspectos sociales, y económicos, ambientales, entre otros.

Figura 4.



Metodología del estudio de mercado

La investigación del mercado es el proceso por medio del cual se hace una recopilación, procesamiento y análisis de información, tales como el sector, el mercado, los servicios a prestar, la competencia, estrategias para proyectar la demanda que se espera tener.

La investigación del mercado puede ayudar para crear el plan estratégico que llevara a cabo la empresa, preparar el lanzamiento del servicio. En este módulo podemos aprender más sobre los clientes en curso y clientes potenciales.

Objetivos estratégicos del plan de mercado

El planteamiento de objetivos estratégicos en el módulo de mercado resulta ser muy relevante tanto para determinar una meta, como para definir indicadores, de esta manera es posible realizar un seguimiento constante en un lapso de tiempo en el cual se quiere lograr lo proyectado. Estos objetivos se diseñan de tal manera que permitan maximizar la rentabilidad, la participación del mercado, el posicionamiento, y la actitud frente a la competencia. Estas

proyecciones permiten planificar y orientar todas las actividades hacia la optimización y concentrar los esfuerzos al logro de los objetivos cualitativos y cuantitativos del negocio.

El mercado de la consultoría en Colombia aún no se encuentra muy explotado, se ha convertido en un campo abonado para su crecimiento. Las nuevas corrientes han cambiado la forma como los empresarios veían sus negocios y la complejidad mundial. La consultoría es una estrategia eficaz al momento de establecer ventajas sobre la competencia “la necesidad de saber cómo se compete en el mundo de hoy fue allanando el camino para los consultores” (Dinero, 2000).

Según la revista Dinero (2000), En Colombia, las firmas internacionales de consultoría tienen ingresos anuales que se aproximan a los US\$100 millones y su crecimiento anual en dólares es superior al 20 % y hoy, a pesar de la desaceleración económica, la peor en muchas décadas, los consultores están creciendo en Colombia a ritmos que ni ellos mismos imaginaban.

Objetivos cuantitativos

- Estimar la proyección de la demanda de los servicios durante los primeros cinco años de operación.
- Fijar el precio promedio para el valor de las consultorías y asesorías en investigación.
- Desarrollar el número de ventas posible para un escenario futuro.
- Calcular la percepción de criterio de calidad de la población

Objetivos cualitativos

- Posicionar la microempresa de asesorías y consultoría en proyectos en el departamento del Atlántico.
- Generar un incremento y pago de las redes sociales para la obtención de nuevos clientes y el posicionamiento de la microempresa.

Análisis del sector

Para realizar un análisis integral del sector es necesario realizar un estudio de factores políticos, económicos, socioculturales y tecnológicos, de esta manera se consigue tener un dictamen de la situación actual sobre el entorno general, determinado las características propias del sistema, así se pueden detectar las oportunidades y las amenazas dentro de este macro entorno. Los principales indicadores económicos registrados según el banco de la república cerraron el año 2017 de la siguiente manera:

El producto interno bruto PIB se situó en el 1,8 %, mientras tanto, el índice de producción industrial tuvo una desaceleración del -2,99 %, la tasa de desempleo alcanzo a situar un indicador del 10,5 %, es decir, un decrecimiento del 1,76 % con respecto al 2016, la inflación al consumidos se situó en un 4,69 %, un incremento de 1,32 %. (B. de la República, 2017)

La Encuesta Anual de Servicios (EAS) 2018 investigó 5.607 empresas de servicios, distribuidas según subsectores. Es fundamental aclarar que la cobertura de los resultados de un subsector a otro, se diferencia en razón al tamaño de las empresas que se investiga y al grado

de atomicidad de las mismas, en actividades como telecomunicaciones, postales y correo, y suministro de personal, la encuesta cubre alrededor del 80% de la producción bruta, mientras que, en otras como expendio de alimentos y bebidas, inmobiliarias y alquileres, y otros servicios, solo cubre un porcentaje inferior al 20%. (Preferences, D. Preferences, & A. Preferences, 2009)

En cuanto al subsector relacionado con la actividad económica de la propuesta de estudio, se encuentra dentro del subsector de las actividades profesionales, científicas y técnicas, tenemos los siguientes indicadores como lo relaciona la Tabla 10.

Tabla 10.

Variables principales, según actividad del servicio: indicador nacional

ACTIVIDAD DEL SERVICIO	
	Actividades profesionales, científicas y técnicas
Número de empresas	637
Ingresos operacionales	9.437,5
Producción Bruta	9286,0
Consumo intermedio	3798,5
Valor agregado	5487,6
Personal ocupado	81,404
Coeficiente técnico %	40,9
Productividad laboral	67,4
Productividad	1,2

Nota:

1. Coeficiente Técnico = Consumo Intermedio / Producción Bruta

2. Productividad laboral = Valor agregado / personal ocupado (Valores en millones de pesos)

3 Productividad total (relación) = Producción bruta / (consumo intermedio + total gastos de personal).

Fuente: DANE – EAS.

Indicadores económicos departamentales

Según el DANE en el 2014 la actividad económica en el departamento del Atlántico se destacó por registrar tasas de crecimiento superiores al PIB departamental: construcción 22,9%, explotación de minas y canteras 22,6%, electricidad, gas y agua 8,7%, la industria manufacturera 2,5%, y actividades de servicios sociales, comunales y personales 4,3%.

Por ramas de actividad económica en 2014, la mayor participación en el Atlántico la registró el resto de la industria 8,3%, seguida de actividades de servicios a las empresas excepto servicios financieros e inmobiliarios 7,8% y Actividades inmobiliarias y alquiler de vivienda 7,2%. (DANE, 2014)

Mientras que aquellas ramas de actividad que más crecieron en el departamento durante 2014 fueron construcción de obras de ingeniería civil 38,1%, silvicultura, extracción de madera

y actividades conexas 33,3%, extracción de minerales no metálicos 23,0% y, fabricación de gas, distribución de combustibles gaseosos por tuberías, suministro de vapor y agua caliente 14,2%. (DANE, 2014)

El análisis de la variación del IPC para Barranquilla frente al nacional, durante el periodo 2009 - 2015, se evidenció una tendencia similar entre las series, presentando sus puntos más bajos en el 2013, 1,9% a nivel nacional y 1,5% para Barranquilla, así mismo presentó su punto más alto en el 2015 con 6,8 % y 7,7 % respectivamente. (B. de la República, 2017) (N. Barranquilla, 2015)

Durante 2015, en el departamento del Atlántico, la tasa de ocupación (TO) se ubicó en 58,4%, creció 2,1 % respecto al 2014, mientras la TGP fue de 63,4%, aumento 2,5 pp. Por su parte, la TD presentó un crecimiento de 0,4 pp al pasar de 7,6% a 8,0%. La tasa de subempleo subjetivo registró 34,4%, (11,8 pp) por encima del año anterior, con un menor porcentaje para aquellos que consideraron insuficiencia de horas 8,9%. La tasa de subempleo objetivo fue de 13,1%, 3,4 pp más del año anterior, y la menor proporción también fue para insuficiencia de horas con 3,5%. (DANE, 2014)

Para el 2015, la mayor parte de los inactivos en Barranquilla, fueron estudiantes con 42,3%, seguido de personas dedicadas a los oficios del hogar con 38,9% y otros que registra 18,8%. En 2015, los estudiantes decrecieron 8,2%, las personas dedicadas a los oficios del hogar lo hicieron en 11,3%, mientras otros tipos de inactivos también disminuyeron 10,3 %. (DANE, 2015)

Análisis de la demanda para servicios de consultoría y asesoría

La Cámara de Comercio identifica como consultores a las diferentes empresas dedicadas a la actividad de asesoramiento y prestación de servicios profesionales especializados y técnicos, las cuales son fundamentales en la realización de cualquier proyecto, con criterio independiente y experiencia el cual permite garantía en la objetividad del análisis y la toma de decisiones, los participantes en este papel o rol son clasificados como la industria del conocimiento dentro del sector.

Consolidar estadísticas y cifras concretas en cuanto a la demanda de las consultorías se torna complicado, esto debido a que es un bien intangible cuya comercialización no está siempre registrada, adicional no existe un gremio visible que la represente salvo la mesa sectorial de consultoría empresarial, y por último esta actividad en muchas ocasiones es realizada por personas naturales, lo cual dificulta aún más obtener registros sobre esta actividad económica.

Las asesorías y consultorías en temas estratégicos y fundamentales para el sostenimiento de la actividad comercial, son las más demandadas, según un estudio de FONADE, las consultorías de mercadeo, ventas, contabilidad, finanzas y planeación estratégica. Según este estudio el 62% de las micro y pequeñas empresas encuestadas considera fundamental los servicios en el área de mercadeo y ventas, mientras tanto un 36% en el área de planeación estratégica, finalmente con un 26% en contabilidad y finanzas (FONADE, 2013).

El marketing se convierte en el servicio de asesoría y consultoría más demandada en Colombia, con un 21% de participación, le siguen los servicios de asesoría legal y contable, y los servicios de calidad y talento humano con un 11%, los servicios de planeación estratégica y comercio exterior quedan en un tercer lugar con un 5% continuo del diagnóstico empresarial con un 4% y por ultimo con una menor participación, pero muy importante son los servicios de emprendimiento empresarial y tecnología de la información representados con 3% de respuestas (FONADE, 2013).

Análisis del mercado de las consultorías

Según el texto “Cómo ser un consultor exitoso” (W. A. Cohen, 2003), existen 10 razones por las cuales las empresas y personas recurren a las consultorías:

1. La necesidad de personal: falta de personal con conocimientos específicos o una excesiva carga laboral temporal.
2. La necesidad de ideas frescas
3. Política de la compañía.
4. La necesidad de mejorar las ventas.
5. La necesidad de capital.
6. Reglamentaciones gubernamentales.
7. La necesidad de elevar al máximo la eficiencia.
8. La necesidad de diagnosticar problemas y hallar soluciones.
9. La necesidad de capacitar empleados.
10. La actualización constante de la tecnología

Teniendo en cuenta la necesidad por la cual se generan las consultorías, para el análisis del mercado del sector utilizaremos un Diagrama de Ishikawa.

Figura 5.



Diagrama Ishikawa análisis del sector

Estudio de mercado

El método a usarse para conseguir la información primaria, será la investigación de tipo descriptivo, ya que permite resolver la apreciación de los clientes con mayor confiabilidad y apoya la terminación del grado de asociación de las variables en el que se desarrolla el estudio.

Dentro de ésta se eligió el diseño transversal, el cual se realiza ocupando una muestra de los elementos de la población, el método de recolección de datos a usarse será la encuesta semiestructurada, dónde en un cuestionario breve para garantizar que sea contestado en su totalidad, dónde se enunciaran diferentes tipos de preguntas sencillas, relacionadas con el estudio, para recolectar la información requerida para su posterior análisis y obtención de conclusiones, esto se hace con el fin de determinar las motivaciones, intenciones y preferencias del mercado objetivo.

Objetivos del estudio de mercado

Objetivo general

Realizar un estudio de mercados que permita determinar las condiciones de la demanda, la oferta del servicio, y la mezcla de marketing que se requiere para evaluar la factibilidad de una empresa de asesorías y consultorías en proyectos de investigación y formulación de proyectos.

Objetivos específicos:

- Determinar los niveles aproximados de demanda del servicio asesorías y consultorías en investigación y proyectos.
- Establecer el precio del servicio de acuerdo a las capacidades de los demandantes y a las expectativas del mercado.
- Identificar estrategias para la consecución de los clientes.
- Determinar los canales y sistemas de comercialización del servicio.

Mercado potencial

Conformada por entidades territoriales (alcaldías, gobernaciones), comunidad estudiantil vinculada a la investigación científica, ONG que requieran apoyo en investigación o formulación de proyectos y por ultimo empresas que requieran trabajos de investigación y desarrollo de sus procesos productivos.

Población

para efectos de determinar las condiciones generales del mercado, se considera como población objetivo:

- No existen datos concretos sobre el promedio regular de estudiantes próximos a graduar de las universidades en del departamento del atlántico, sin embargo, según datos del observatorio laboral para la educación en el Atlántico se gradúan alrededor de **15.037**

estudiantes cada semestre, esto traduce un dato estimado de la población de la comunidad estudiantil.

- Para las entidades territoriales solo se han tenido en cuenta las ubicadas en el departamento del atlántico, en total son **23** municipios que forman parte del territorio atlanticense, tomando esta como población total y finita.
- Según la Cámara de Comercio de Barranquilla la población de las Mipymes son **39.465** empresas de todos los sectores.

Muestra

Se realiza un muestreo por conveniencia, que radica en escoger una muestra de la población por el hecho de que sea accesible. Este muestreo se elige debido a la gran facilidad operativa y en bajos costes de muestreo.

Tabla 11.

Tipo de muestra

Población	Cantidad	F. proporción	Total por muestra
Comunidad estudiantil	10.669	0.026	277
Entidades territoriales	23	0.026	2
Empresa privada y ONG	216	0.026	5
TOTAL			284

Instrumento para la captura de información

La encuesta: Es una de las técnicas de recolección de información más usadas, aunque cada vez pierde mayor credibilidad debido al sesgo de las personas encuestadas. La encuesta se basa en un cuestionario o grupo de preguntas que se preparan con el fin de obtener información de las personas. La información se recolecta de forma estructurada formulando las mismas preguntas y en el mismo orden a cada uno de los encuestados, con preguntas cerradas las cuales permiten responder con una (si/no) o varias de las alternativas (Ver anexo 1).

Validación del instrumento de captura de información

La metodología de la validación del cuestionario se realizó por medio de la metodología de juicios de expertos, “la validez de contenido consiste en qué tan adecuado es el muestreo que hace una prueba del universo de posibles conductas, de acuerdo con lo que se pretende medir” (Cohen & Swerdlik, 2001).

los resultados obtenidos con respecto al grado de concordancia externa asignado por los encuestados en la prueba piloto, para cada uno de los ítems del cuestionario de estudio de mercado, mediante el coeficiente W de Kendall, nos muestran que el nivel es relevante entre los rangos, dado que se observa que excede el valor crítico de 0.05, por lo que se estima que hay concordancia entre los encuestados y nos muestra que los indicadores son adecuados,

aunque susceptibles de mejora, ya que el análisis determina relaciones relevantes entre criterios e indicadores, lo que le otorga validez y confiabilidad al instrumento (Anexo 3).

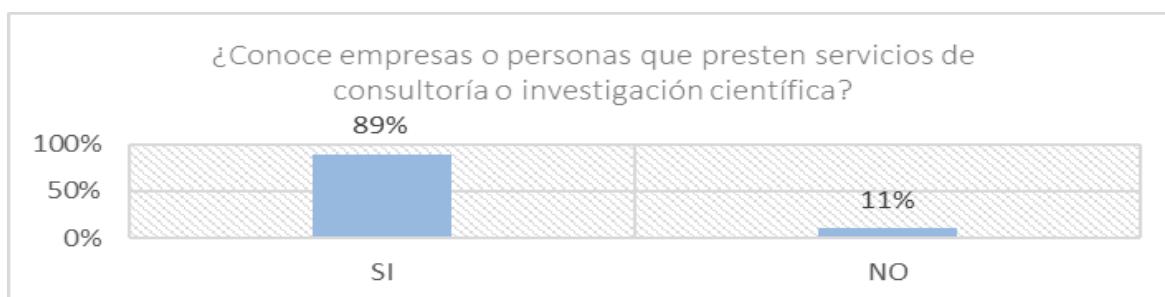
Trabajo de campo

El cuestionario será aplicado por grupos, se realizaron tres tipos de encuestas diferentes, una para la comunidad profesional aspirantes a pregrados, especializaciones, maestrías de cualquier carrera de las universidades de Barranquilla, el segundo a funcionarios de planeación de las entidades territoriales, y el tercero a un grupo de Mipymes, el sector comercial, servicios e industria.

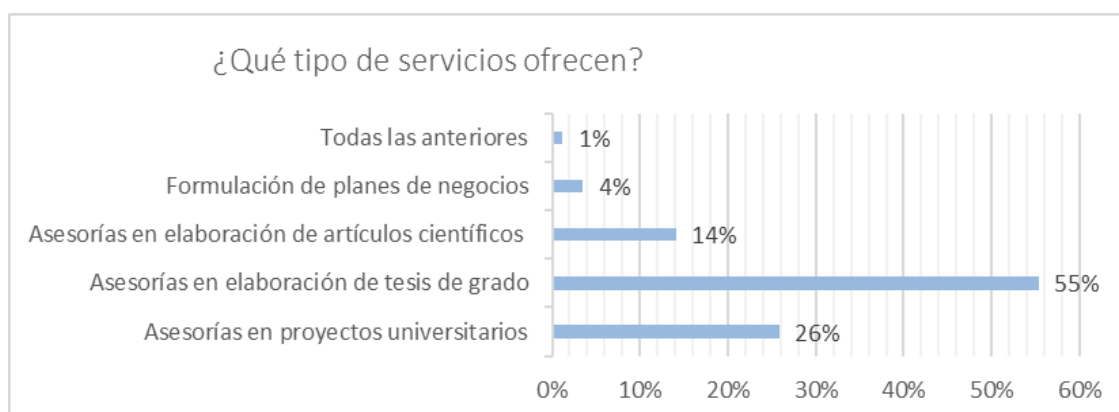
Resultados obtenidos

- **Comunidad Estudiantil** (aspirantes a pregrado, especializaciones y maestrías).

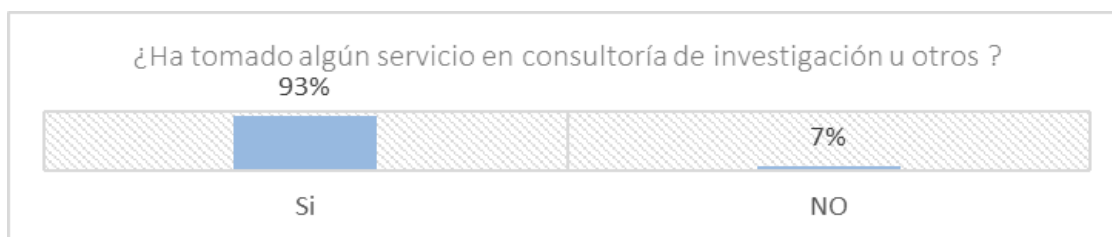
1. ¿Conoce empresas u personas que presta servicios de consultoría investigación científica? El 89% de los encuestados afirma que tiene conocimiento sobre personas y empresas que restan el servicio de consultoría en investigación científica y otros servicios, mientras que el 11% desconoce quien pueda prestar estos servicios de asesorías y consultorías.



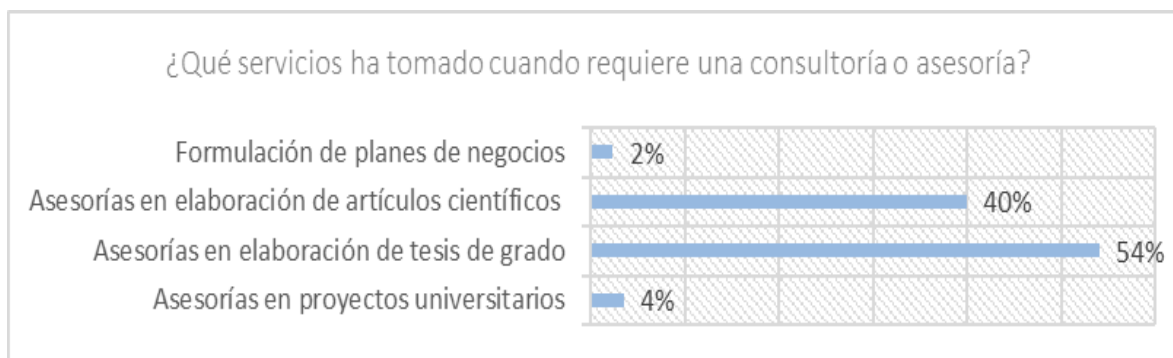
2. ¿Qué tipo de servicios ofrecen? El tipo de servicio que más ofrecen en el mercado para profesionales y/o estudiantes próximos a graduar de pregrado, especialización o maestrías, son los servicios de asesorías para elaboración de tesis de grado, metodología de la investigación con un 55%, le siguen las asesorías en proyectos universitarios con un 26%, las asesorías en elaboración de artículos científicos con un 14%, por último, la formulación de planes de negocio y todas las anteriores con un 4% y 1% respectivamente.



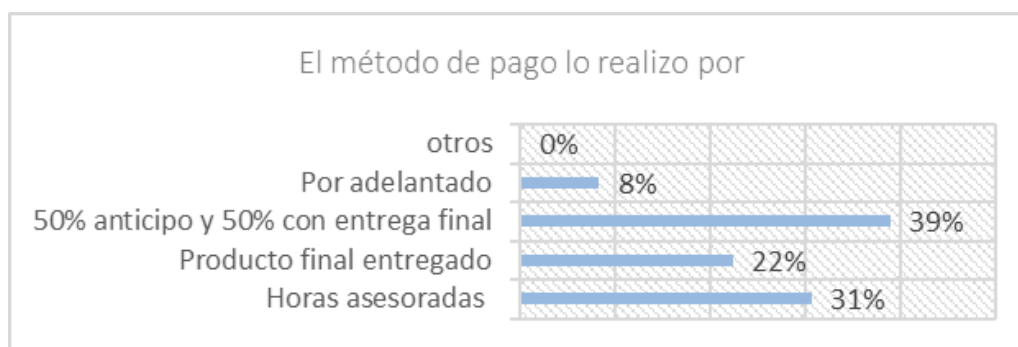
3. ¿Ha tomado algún servicio en consultoría de investigación / otros? El 93% de las personas afirman que alguna vez ha tomado un servicio de asesoría y consultoría profesional, mientras que el 7% niega haber buscado asesoría en algún momento.



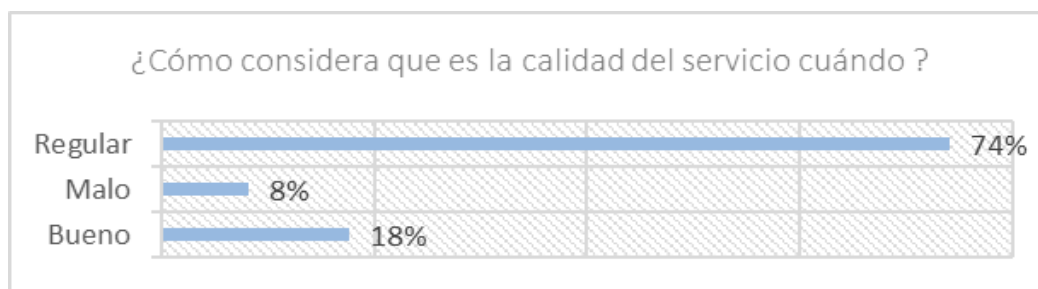
4. ¿Qué servicios ha tomado cuando requiere una consultoría o asesoría? Los servicios que más toman esta población son las asesorías en elaboración de trabajos de grado con un 54%, la elaboración de artículos científicos con un 40% y finalmente las asesorías de proyectos universitarios y formulación de planes de negocio con un 4% y 2% respectivamente.



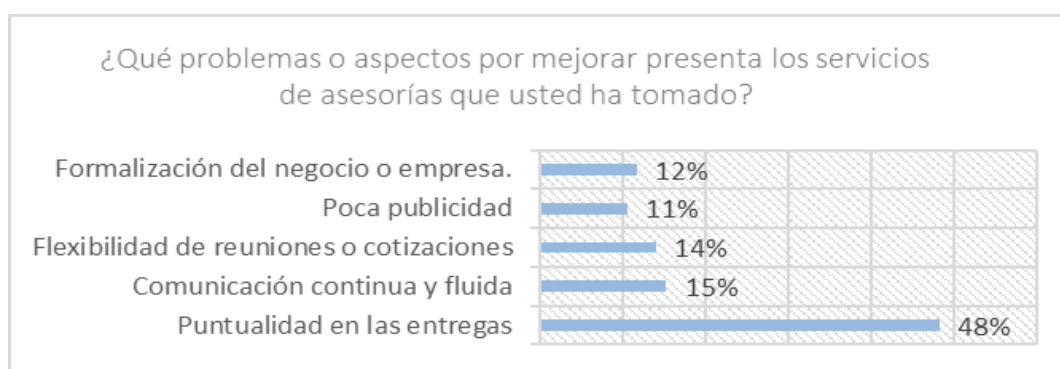
5. El método de pago lo realizo por: El método de pago que se presenta con mayor frecuencia es el pago con anticipo con un porcentaje de 39%, la segunda modalidad de cobro de las asesorías y consultorías es pago por horas con un 31%, por último, el producto final entregado con un 22% y el pago por adelantado que es menos usual con un 8%.



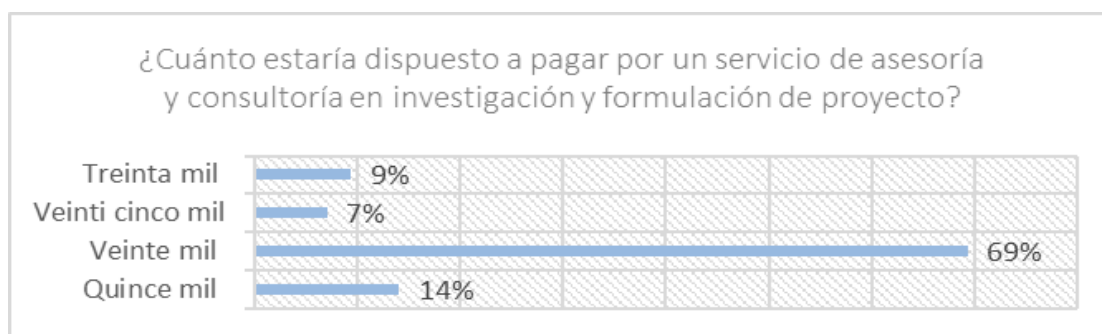
6. ¿Cómo considera que es la calidad del servicio? La mayoría los encuestados contestaron que el servicio de estas asesorías y consultorías es regular en un 74%, mientras que el 18% lo considera bueno, y el 8% restante considera que el servicio es malo.



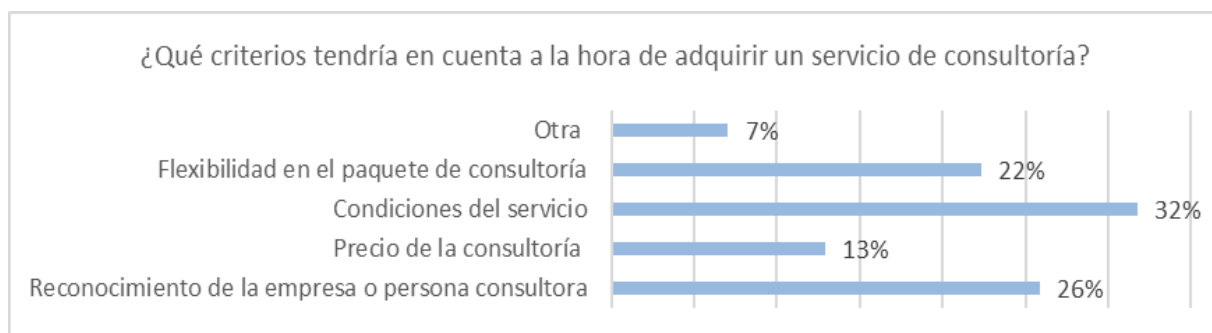
7. ¿Qué problemas o aspectos por mejorar presenta los servicios de asesorías que usted ha tomado? De manera contundente el aspecto que se presenta con mayor problema según el criterio de los encuestados es la puntualidad de las entregas con un 48%, seguida de la mala comunicación con un 15%, la flexibilidad de reuniones y cotizaciones un 14%, finalmente la informalidad del negocio y la escasa publicidad con un 12% y 11% respectivamente.



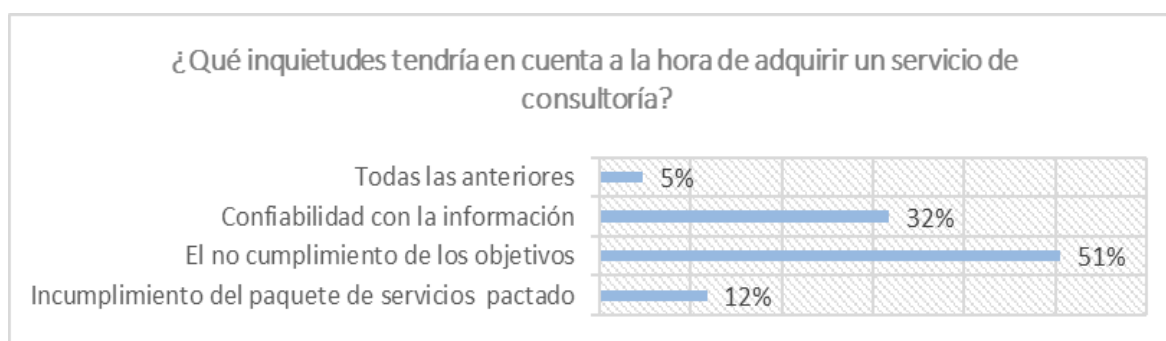
8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asesoría y consultoría en investigación y formulación de proyecto? El 69% de los encuestados respondió que estaría dispuesto a pagar \$30.000 por la hora de asesoría, el 14% pagaría \$15.000 mientras que el 7% pagaría \$25.000 y finalmente solo el 9% pagaría \$30.000.



9. ¿Qué criterios tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? Los criterios que más se tienen en cuenta al momento de adquirir un servicio de asesoría y consultoría son las condiciones del servicio con un 32%, el reconocimiento de la empresa con un 26%, en tercer lugar, estaría la flexibilidad en el paquete de consultoría con un 22% y otras razones un 7%.

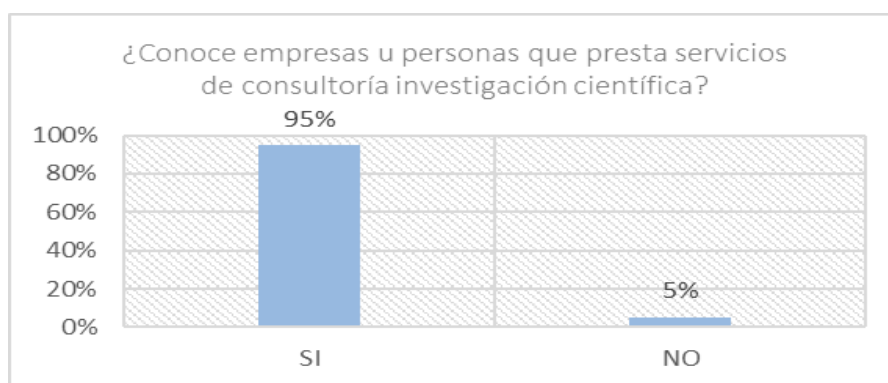


10. ¿Qué inquietudes tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? Las inquietudes más comunes al momento de adquirir un servicio de consultoría son en primer lugar el incumplimiento de los objetivos pactados con un 51%, la confiabilidad de la información con un 32%, finalmente el incumplimiento del paquete de servicio y todas las anteriores con un 12% y 5% respectivamente.

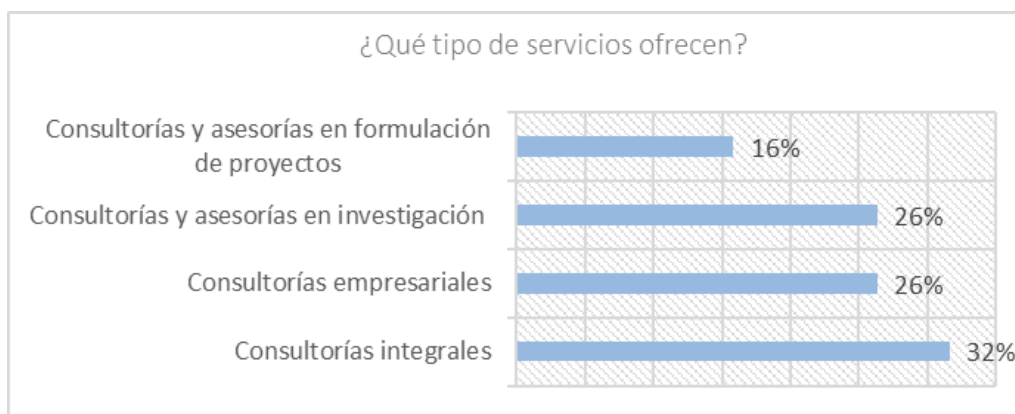


- **Entidades territoriales, ONG**

1. ¿Conoce empresas u personas que presta servicios de consultoría investigación científica? El 95 % de las personas miembros de entidades territoriales y ONG, tienen conocimiento de empresas y personas que prestan servicios de asesorías y consultorías en investigación científica y formulación de proyectos, mientras que el 5% desconoce de este tipo de servicios.



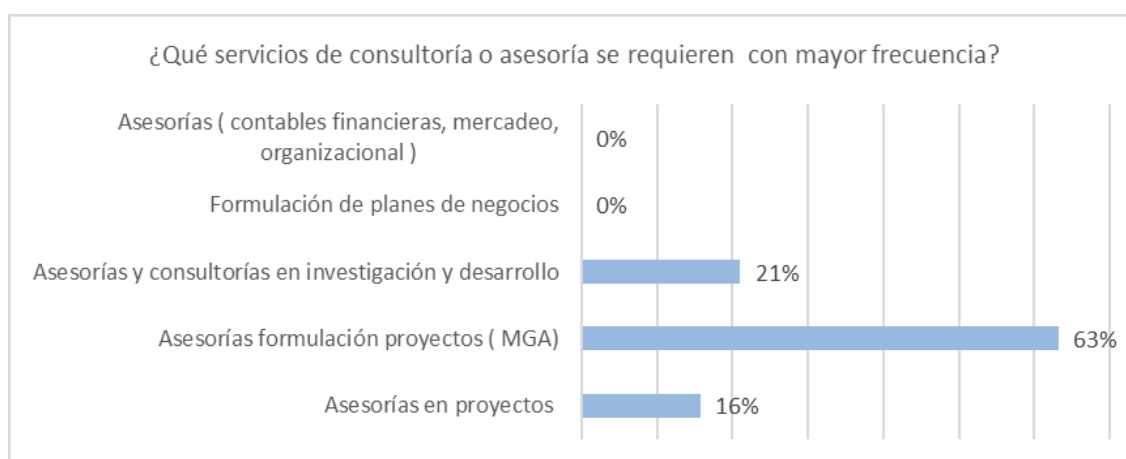
2. ¿Qué tipo de servicios ofrecen? Los tipos de servicios más conocidos y ofrecidos a las entidades territoriales y ONG son las consultorías integrales con un 32%, las consultorías empresariales con un 26%, las consultorías y asesorías en investigación con un 26% y finalmente las consultorías en formulación de proyectos con un 16 %.



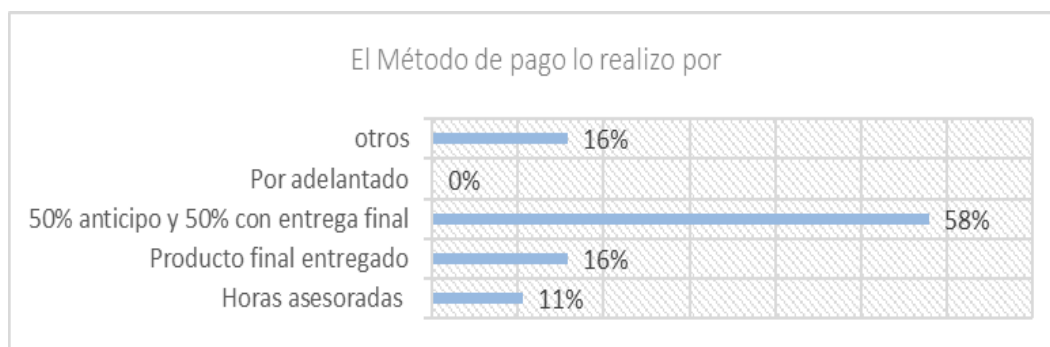
3. ¿Ha tomado algún servicio en consultoría de investigación u otros? El 79% de las entidades encuestadas han tomado algún servicio de consultoría en investigación y otros, así mismo el 21% dice no haber tomado nunca una consultoría.



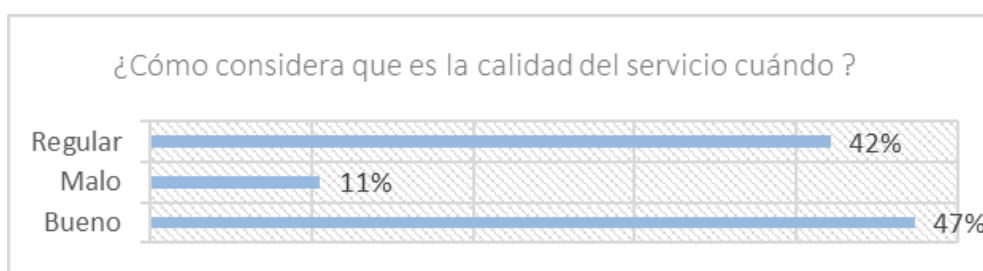
4. ¿Qué servicios de consultoría o asesoría se requieren con mayor frecuencia? Los servicios de asesorías y consultorías que se requieren con mayor frecuencia son las asesorías en formulación de proyectos (MGA), seguidamente de las asesorías en investigación y desarrollo con un 21%, finalmente con un 16% la asesoría en proyectos de todo tipo.



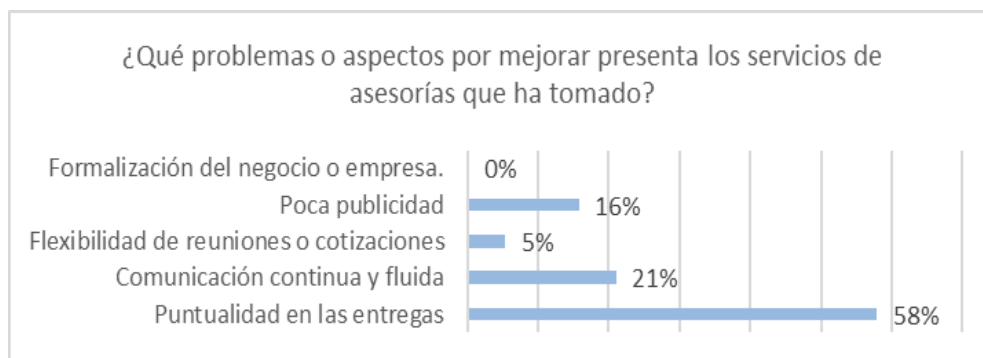
5. El método de pago lo realizo por: El método de pago más frecuente que utilizan las entidades territoriales y las ONG, son el pago con anticipo con un 58%, en segundo lugar, por producto final entregado con 16% y otros 16%, finalmente el pago por horas con un 11%.



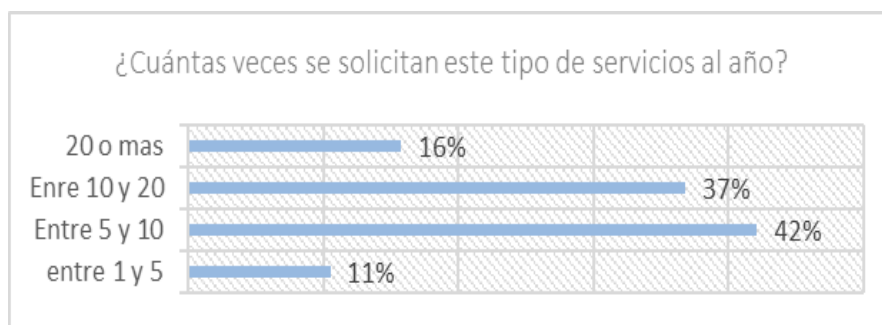
6. ¿Cómo considera que es la calidad del servicio? El 47% de los encuestados manifiesta que el servicio en general es bueno, el 42% dice que el servicio prestado por estas entidades es regular mientras que el 11% afirma que restan un mal servicio.



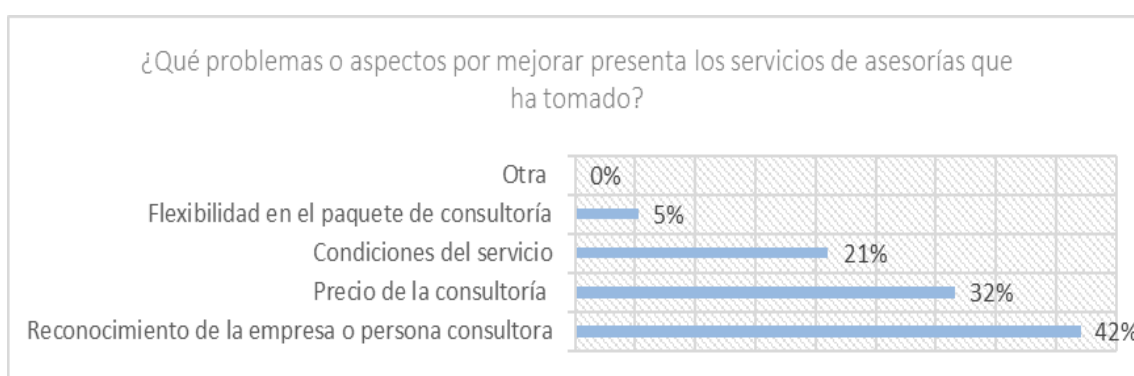
7. ¿Qué problemas o aspectos por mejorar presenta los servicios de asesorías que ha tomado? La puntualidad en las entregas se considera el aspecto con mayor problema con un 58%, la comunicación con el consultor un 21%, la poca publicidad de as empresas que prestan este servicio un 16% y por último la flexibilidad de las reuniones para presentar avances e informes parciales un 4%.



8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asesoría y consultoría en investigación y formulación de proyecto? La necesidad de solicitar servicios de consultorías se manifiesta por número de veces por año, por consiguiente, entre el 42% manifiesta que se presentan entre 5 y 10 solicitudes de este servicio al año, el 37% dice que entre 10 y 20 veces, mientras que el 16% dice que más de 20 veces, finalmente el 11% entre 1y 5.



9. ¿Qué criterios tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? El 42% considera que el reconocimiento de la empresa o persona consultora, en segundo lugar, el precio de la consultoría con un 32%, y finalmente las condiciones del servicio y la flexibilidad del paquete de consultoría con un 21% y 5% respectivamente.



10. ¿Qué inquietudes tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? La inquietud con mayor proporción es la del no cumplimiento de los objetivos con un 63%, el incumplimiento de paquetes de servicios pactados con un 21% mientras que la confiabilidad de la información 5%, otros consideraron que todas las anteriores son tenidas en cuenta con un 11%.



- **Mipymes**

Según la última encuesta Mipyme realizada por la Anif en el 2017, en el módulo de acciones de mejoramiento se indaga sobre las actividades que las empresas han implementado durante el último semestre para incrementar su competitividad. Se observa cómo el porcentaje de Mipymes en la ciudad de Barranquilla que desarrollaron alguna acción para aumentar su competitividad fue del 38% en industria, el 48% en comercio y el 50% en servicios durante el primer semestre de 2017. Para los tres macro sectores, manufactura, servicio y comercio, el

porcentaje de Mipymes que no realizaron algún tipo de acción de mejoramiento subió frente al año anterior (23, 8 y 26 puntos porcentuales, respectivamente).

La capacitación al personal se ubicó como la principal área de mejoramiento de las Mipymes de Barranquilla, con una participación del 16% en industria, y el 27% en comercio y en servicios. En el segundo lugar del ranking, para las Mipymes de los tres macro sectores (manufactura, servicio y comercio), estuvo la obtención de una certificación de calidad, con una proporción del 11%, el 20% y el 23%, respectivamente

Se puede observar que según los resultados de esta encuesta es nula la inversión de las empresas en desarrollo de investigación e innovación en procesos, las consultorías y asesorías para su desarrollo se basan en inversión en sistemas de gestión y en capacitación del recurso humano.

Esta realidad abre las puertas para ingresar a un nicho de mercado con un producto que garantice mejorar el rendimiento y la optimización de diferentes variables ligadas a la productividad, innovación y desarrollo tecnológico de las Mipymes, El ofrecer servicio de consultoría en investigación para el desarrollo de la productividad permitirá a las empresas conocer, mejorar y optimizar actividades para aumentar utilidades y reducir gastos y costos de producción de los diferentes procesos misionales de la empresa (Ver anexo 2)

Descripción del servicio para estudiantes, Mipymes, territoriales

Las empresas recibirán soluciones pertinentes en el avance de sus procesos empresariales para la toma de decisiones a tiempo, para lo cual se ofrecerán los siguientes servicios:

- Solución en problemas de construcción de trabajos de investigación científica (metodología de la investigación).
- Asesorías en elaboración de artículos científicos, resultado de investigaciones previas.
- Cursos cortos de metodología de la investigación, enfoque práctico.
- Soluciones en formulación de proyectos en metodología general ajustada (MGA).
- Soluciones en formulación de planes de negocios, análisis financiero y tramites de constitución empresarial.
- Consultorías en proyectos de investigación, en áreas relacionadas a la ingeniería.

Para la presentación de la oferta de servicios de asesoría y consultoría en investigación científica y formulación de proyectos que actualmente se presenta en la ciudad de Barranquilla, se decidió calificar las empresas e instituciones que prestan esta clase de servicios en tres grupos, para así poder dar a conocer de una manera más clara y ordenada los servicio

- **Universidades**

Tienen gran presencia en el sector de asesoría y consultoría, y con portafolios de servicios muy amplios para el sector público y el sector privado.

En la ciudad de Barranquilla hacen presencia alrededor de 10 universidades, de las cuales 4 de ellas cuentan con gran reconocimiento y prestigio en el mercado, estas poseen en su programa de extensión el servicio de consultorías y asesorías especializadas.

Entre los servicios que prestan las universidades están, desde las asesorías de los consultorios jurídicos, hasta las consultorías integrales empresariales, en cuanto a los servicios al sector público ofrecen una gama diferente de servicios, puesto que cuentan con la infraestructura especializada para cierto tipo de consultorías, como lo son los laboratorios y equipos de experimentación.

Esta capacidad de contar con infraestructura y equipos hace de esta una gran fortaleza, así como el musculo financiero para participar y optar por la ejecución de cualquier tipo de proyecto, ya sea de carácter público o privado.

La principal debilidad que presentan los centros de consultorías y asesorías de las universidades, es sus limitaciones en cuanto a las políticas organizacionales y estructurales. Debido a que son dependientes del control administrativo de la universidad, muchas veces los procesos son lentos y tediosos, lo que dificulta la gestión y el buen servicio en cuanto al presentación de propuestas, la participación a convocatorias y licitaciones.

- **Instituciones públicas:**

Predominan los servicios a las micro y pequeñas empresas de la ciudad. En este grupo se pueden encerrar las asociaciones, gremios o entidades de orden público o asociativo. En la ciudad de Barranquilla se cuenta con la promoción de este tipo de asesorías por parte de entidades como la Cámara de Comercio de Barranquilla, el Servicio Nacional de Aprendizaje, ACOPI, están más enfocadas al fortalecimiento y el asesoramiento empresarial.

- **Entidades privada**

Son todas las entidades que en virtud de su carácter de ánimo de lucro se especializan en asistir a empresas que cuentan con un capital considerable para invertir en este tipo de servicios.

Estas empresas se caracterizan por ofrecer servicios de asesorías empresariales, en áreas como, tributaria y contable, asesorías laborales, jurídicas, administrativas y económicas, comercio exterior.

Como fortalezas muchas de estas empresas son de carácter personal lo que brinda una flexibilidad en el paquete de consultoría, en la negociación y la comunicación fluida con el cliente. Además de eso, los costos de las consultorías son asequibles y cuentan con mayor presencia en las Mipymes, puesto que estas representan el mayor número según la Cámara de Comercio de Barranquilla.

Análisis de la competencia

La competencia se refiere a todas las empresas que operan en un mismo mercado y en un mismo sector, es decir las empresas que ofrecen un mismo producto o servicio y que compiten

entre sí, para ser la opción preferida de compra del cliente final, a través de estrategias empresariales diferenciadas.

Para esto, debemos identificar que empresas son una competencia, en qué grado y en qué nivel afectan a la cuota de clientes, mercado, precio, etc. Como para cualquier negocio, el objetivo es poder proponer un servicio diferenciado de la competencia, y atractivo para un número suficiente de clientes.

Tabla 12.

Análisis de la competencia

EMPRESAS	DESCRIPCIÓN
PWC ASESORES	Empresa de consultoría, ubicada en la ciudad de Bogotá, cuenta con profesionales especializados en diferentes industrias de acuerdo a la habilidad de cada profesional, tiene un amplio enfoque de las industrias entre los cuales están: automotriz, agroindustria, energía, farmacéutica, infraestructura, transporte & logística, productos industriales, retail y consumo, salud, servicios financieros, telecomunicaciones (Pwc Colombia, 2020).
C&M CONSULTORES	Compañía dinámica presta servicios de asesoría y consultoría, como consultoría de alto nivel en las áreas de educación, la infraestructura, el bienestar social, la tecnología de la información y las comunicaciones, además presta servicios de interventoría, auditoría, gerencia y evaluación de proyectos dirigidos a los sectores público y privado. (C&M Consultores, 1999).
PROYÉCTESE CONSULTORES S.A	Es una compañía de consultoría en gestión de proyectos, programas y portafolios prestando servicios de asesoría, consultoría, capacitación por medio de un equipo multidisciplinario de profesionales especializados. Esta empresa se encuentra ubicada en la ciudad de Bogotá (Proyéctese consultores. S.A, 2020).
ZAITA CONSULTORÍA	Empresa ubicada en Duitama, Boyacá. Presta servicios de consultoría especializada en procesos de gestión TI, calidad de software, gestión de proyectos y en gestión y madurez de la innovación, y es soportado en marcos referenciales internacionales. Esta empresa también ofrece formación académica tales como: cursos oficiales, seminarios y talleres presenciales, on-line y virtuales (Zaita consultores, 2012).
BOREALIS INNOVATION	Empresa ubicada la ciudad de Bogotá. Se dedica acelerar la innovación en las organizaciones por medio de apoyo en la consultoría de proyectos en innovación organizacional, esta empresa ofrece una estrategia de guía para la innovación, gestión innovadora apoyando la transformación sostenible, forma y desarrolla capacitaciones para que la empresa habilite la capacidad de innovación por sí misma, también brinda apoyo con los proyectos de emprendimiento para materializar dichos proyectos. (Borealis Innovation, 2021).

Estrategia de precios

La empresa de consultoría y asesorías maneja un rango de precios accesibles y de penetración, para facilitar el modelo de administración y además para limitar el poder de negociación de los clientes, la forma de pago podrá realizarse en efectivo y el pago con tarjeta de débito y crédito.

Se establecerá un precio preliminar bajo para lograr una penetración de mercado eficaz y rápido, es decir, para captar rápidamente a un gran número de clientes y obtener una gran cuota de mercado. Un alto volumen de ventas reduce los costos de producción, lo que concede a la empresa bajar más sus precios.

Objetivo de la estrategia de precios

El objetivo principal de la estrategia de precio es penetrar de inmediato en el mercado de la comunidad profesional, generar un volumen sustancial de ventas y reconocimiento, lograr una gran participación en el mercado meta, y atraer nuevos clientes.

Se considera establecer esta estrategia por el resultado y la sensibilidad de los potenciales clientes según los siguientes criterios:

- 1) El tamaño del mercado es amplio y la demanda es elástica al precio.
- 2) Los costos del servicio se pueden disminuir a medida que aumenta el volumen de ventas.

Estrategias de promoción

La Estrategia de promoción de la microempresa de consultorías y asesorías en investigación y proyectos, estará enfocada en los siguientes puntos básicos:

- Asignación de anuncios en banners físicos e impresos, tarjetas de presentación, pautar en redes sociales, internet y emisoras.
- Participar en actividades de carácter público, privado, donde se publiquen convocatorias, subvenciones y otros tipos de actividades relacionadas a la investigación y a la formulación y ejecución de proyectos.
- Crear carteles, volantes, presentaciones, folletos o calendarios publicitarios, e-mail marketing y volanteo por zonas estratégicas del sector.

Estrategia de servicio

Para la microempresa de consultoría y asesoría es muy importante ofrecer un servicio de calidad con beneficios y buenos resultados para los clientes, que sean fácilmente percibidos por ellos.

- Estrategia de servicio enfocada en las necesidades y requerimientos del cliente, identificando, analizando e interpretando la problemática bajo un enfoque sistemático, acomodando el portafolio de servicio a las actividades necesarias del cliente.

- Estrategia de servicio enfocada a las condiciones del entorno de la competencia, es decir, que se identifiquen las necesidades del cliente con base en las oportunidades y amenazas generadas por el entorno.
- La principal característica que se pretende reflejar es la calidad, la entrega completa y pactada inicialmente, la responsabilidad por parte de los consultores que garantice al cliente que las recomendaciones o resultados estén encaminadas a alcanzar el beneficio de su interés.
- La elaboración de un portafolio personalizado que indique los pasos que se llevarán a cabo durante el proceso de consultoría y el tiempo aproximado de la prestación del servicio.

Estrategia para aumentar la retención de clientes

La retención de los clientes es vital para hacer crecer cualquier negocio, y esto se da no solo, dado a que vender a clientes antiguos es mucho más fácil, sino también que un cliente satisfecho es embajador de la marca. Recomendando el servicio a familiares y conocidos y de esta forma atraer nuevos clientes.

Para este proyecto usaremos una serie de estrategias tales como: analizar los distintos tipos de clientes, conocer a los clientes es la base para saber cómo retenerlos. Otra estrategia es la eficacia en las respuestas es decir un tiempo corto designado para dar respuesta a los reclamos y quejas con el ánimo de solucionar el inconveniente pronto y tenerlo satisfecho, entre otras estrategias como los precios, promociones.

Analizar los distintos tipos de clientes: La segmentación o clasificación de los tipos de clientes en esta propuesta juega un papel fundamental, debido a que existen tres tipos de clientes con características, necesidades y exigencias diversas.

Segmentar las estrategias según el tipo de cliente, ya sea persona natural o persona jurídica permitirá adaptar la oferta a la demanda que se presente específicamente en cada nicho de mercado.

A medida que se van prestando los servicios de consultorías y asesorías en cada nicho, esto arrojará una tendencia estadísticamente descriptiva el cual nos mostrara el tipo y clase de servicio que más predomina en cada nicho, así mismo las características de los clientes, estos datos permiten realizar mejoras a las estrategias de servicios para realizar autoevaluaciones que permitan la mejora continua de la actividad misional del negocio.

Realizar encuestas de satisfacción a los clientes con el fin de tener una percepción de la calidad del servicio y del producto que se les ofrece.

Tiempos rápidos de respuestas a quejas y reclamos: Presentar soluciones rápidas y satisfacción de los clientes en sus reclamos, quejas y solicitudes. Los clientes buscan respuestas rápidas a sus necesidades y resolver los problemas en el tiempo estipulado por ellos.

Proyección de ventas: La proyección de ventas también se puede realizar a largo plazo, lo que permite a los responsables de producción hacer una planificación y ordenar mejor sus

departamentos, la cantidad de ingresos que una compañía espera obtener en el futuro es el resultado de su ventas tangibles o intangibles, también le denomina previsión de ventas, para la presente investigación se realizó una proyección de las ventas para 5 años, con el propósito de realizar un pronóstico de ventas con respecto a la información del estudio de mercado, como lo indica la tabla 13.

Precios: Una vez realizada la estrategia de mercado, se han definido los precios para cada producto según los niveles de ganancia esperada y los costos de producción. El incremento en los precios durante los primeros 5 años será según el IPC en Colombia que oscila entre 4% y 5%. La proyección de precios por servicio estará dada por hora como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 13.

Proyección de precios - valor por hora de servicio

Servicio / Productos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesorías y consultorías investigación comunidad estudiantil	\$ 18.000	\$ 18.600	\$ 19.100	\$ 19.700	\$ 20.300
Asesoría y consultorías en formulación de proyectos	\$ 19.000	\$ 19.600	\$ 20.200	\$ 20.800	\$ 21.400
Asesorías y consultorías Mipymes	\$ 16.000	\$ 16.500	\$ 17.000	\$ 17.500	\$ 18.050

Estimación de la demanda: De acuerdo a la información que se tiene de la población potencial de la ciudad, específicamente 10908 clientes potenciales. Se considera dentro del mercado objetivo residentes del departamento y entidades que se encuentran dentro de esta. La estimación de la demanda se realizará con base a horas de asesorías, se estima una participación inicial según consideración del emprendedor teniendo en cuenta la capacidad de recursos humanos y físicos para atender la demanda proyectada.

Para determinar la población esperada en 5 años se realizó el mismo ejercicio de la tabla anterior variando el porcentaje de participación esperada, con un crecimiento relativo al IPC 4,1%.

(CE): Comunidad estudiantil

(ET): Entidades territoriales

(EP): Empresa privada

ONG

Tabla 14.*Estimación de la demanda por horas de asesoría*

AÑO 1													
ITEM	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	ANUAL
Semana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
CE	0	222	227	233	238	244	250	250	250	250	250	250	2664
ET	0	18	18	19	19	20	20	20	20	20	20	20	216
EP	0	20	20	21	21	22	23	23	24	24	25	25	248
ONG	0	10	10	10	11	11	11	12	12	12	12	13	124
Total	0	240	246	252	258	264	270	270	270	270	270	270	2880

AÑO 2													
ITEM	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	ANUAL
Semana	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
CE	288	293	299	303	308	312	316	320	323	327	330	333	3751
ET	23	24	24	24	25	25	25	26	26	26	26	27	301
EP	27	28	29	29	30	30	30	31	31	31	32	32	361
ONF	14	14	14	15	15	15	15	15	16	16	16	16	181
Total	352	359	365	371	377	382	387	391	396	400	404	408	4593

AÑO 3													
ITEM	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	ME11	ME12	ANUAL
Semana	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
CE	336	339	342	344	347	349	352	354	356	359	361	363	4202
ET	27	27	27	28	28	28	28	28	29	29	29	29	336
EP	32	33	33	33	34	34	34	34	35	35	35	35	407
ONG	16	16	17	17	17	17	17	17	17	17	18	18	204
Total	412	415	419	422	425	428	431	434	437	440	442	445	5150

AÑO 4													
ITEM	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	ANUAL
Semana	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	
Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
CE	365	367	369	371	372	374	376	378	379	381	382	384	4497
ET	29	29	30	30	30	30	30	30	30	30	31	31	360
EP	35	36	36	36	36	36	37	37	37	37	37	37	438
ONG	18	18	18	18	18	18	18	18	19	19	19	19	220
Total	447	450	452	454	457	459	461	463	465	467	469	471	5514

AÑO 5													
ITEM	M1	M2	M3	M4	M5	M6	M7	M8	M9	M10	M11	M12	ANUAL
Semana	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60	
Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
CE	385	387	388	390	391	393	394	395	397	398	399	400	4717
ET	31	31	31	31	31	31	32	32	32	32	32	32	377
EP	38	38	38	38	38	38	38	39	39	39	39	39	460
ONG	19	19	19	19	19	19	19	19	19	20	20	20	231
Total	473	475	476	478	480	482	483	485	486	488	490	491	5786

Tabla 15.*Mercado potencial – proyección 5 años*

Población objetivo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Comunidad estudiantil	2664	3751	4202	4497	4717
Entidades territoriales	216	301	336	360	377
Empresa privada	248	361	407	438	360
ONG	124	181	204	220	231
TOTAL	3252	4594	5149	5515	5685

Proyección en ventas: Con base en los análisis de proyección realizados anteriormente se determina una proyección de venta por unidad de servicio con un periodo de 5 años, se multiplica la cantidad de horas proyectadas en un año por el precio de la hora de consultoría.

Tabla 16.*Proyección de ventas - servicios por horas*

Proyección ventas unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Asesorías y consultorías comunidad académica	\$ 47.952.000	\$ 69.768.600	\$ 80.258.200	\$ 88.590.900	\$ 95.755.100
Asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ 4.104.000	\$ 5.899.600	\$ 6.787.200	\$ 7.488.000	\$ 8.067.800
Asesorías y consultorías pymes	\$ 3.968.000	\$ 5.956.500	\$ 3.468.000	\$ 3.850.000	\$ 6.498.000
Asesorías y consultorías ONG	\$ 1.984.000	\$ 2.986.500	\$ 3.468.000	\$ 3.850.000	\$ 4.169.550
TOTALES	\$ 58.008.000	\$ 84.611.200	\$ 93.981.400	\$ 103.778.900	\$ 114.490.450

Módulo operacional

En este módulo se describirá la ficha técnica, los objetivos y alcance de la propuesta, las características que tendrá el servicio. Se explica el servicio que se prestara sobre la consultoría y asesoría, se identifican los requerimientos y necesidades.

El modulo operacional consiste en la base de datos del conocimiento, siendo entonces este módulo el conjunto de actividades que se debe llevar acabo para la elaboración del servicio.

El objetivo de estudiar este módulo es evitar un re-procesos, almacenando datos que pueden servir para el desarrollo del proyecto.

Ficha técnica del servicio

La ficha técnica para la prestación de los servicios profesionales en consultoría se define con base en:

Objetivo de la consultoría: En esta parte se diligenciará el objetivo o los objetivos de la asesoría o consultoría con el propósito de tener clara las acciones y resultados esperados en el contrato firmado con el cliente.

Alcance de la propuesta: El alcance ayuda a definir los límites de la consultoría, y hasta qué punto el consultor se compromete con los resultados, pactados en los objetivos.

Características del servicio: Aquí se describen las características del servicio a prestar.

Servicios realizados: Se hace un énfasis y un comparativo entre en los servicios prestados vs los servicios acordados.

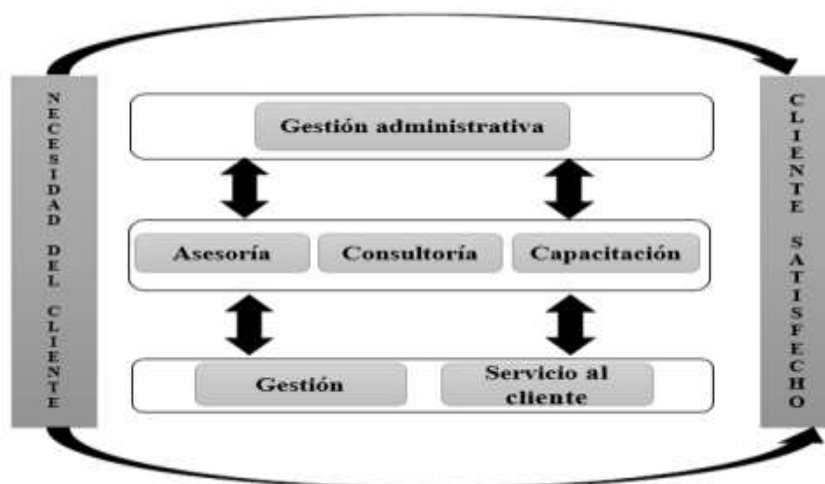
Demás información complementaria desde el punto de vista técnico: Teniendo en cuenta que todas las consultorías son variables y ajustadas a las necesidades de los clientes, se diseñara solamente el formato de la ficha técnica, para que este sea diligenciado según el requerimiento del servicio.

Descripción del proceso

El proceso de asesoría y consultoría determina el direccionamiento estratégico de la empresa, en el sentido de: identificar los requerimientos, expectativas, necesidades de los clientes, los requisitos y las salidas que espera como resultado del servicio.

A partir de esto, se hace preciso determinar las entradas, requisitos y proveedores que requiere el proceso de consultoría ofrecido por la empresa. Para una efectiva prestación del servicio, a continuación, en la figura 6, se detalla el mapa de procesos de la empresa, el proceso operativo inicia con la necesidad del servicio y termina con la satisfacción del cliente.

Figura 6.



Mapa de proceso empresarial de consultoría

Gestión administrativa: Su objetivo es identificar los campos de acción a partir del análisis de su entorno estratégico, con innovación y mejoramiento continuo.

Consultoría: Proporcionar la consultoría para organizar la implementación del tema o servicio requerido.

Asesoría: Brindar asesorías en temas misionales como lo es la investigación y formulación de proyectos.

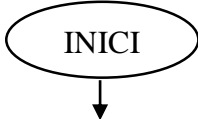
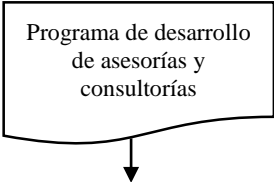
Capacitación: Proporcionar las capacitaciones requeridas por el personal de acuerdo al tema de consultoría.

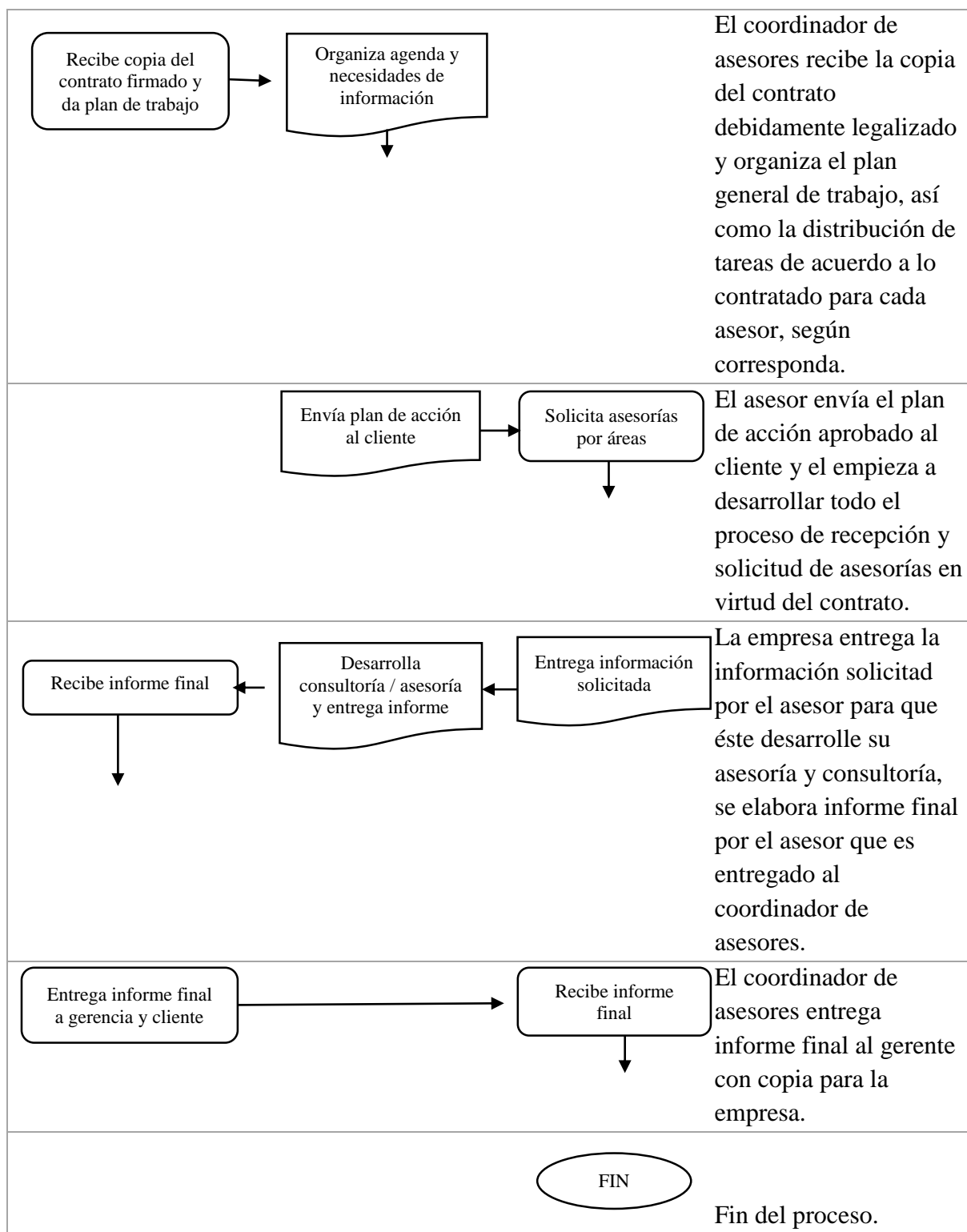
Gestión comercial: Establecer la estrategia comercial de la empresa y de la gestión y puesta en marcha de la misma, que asista al reforzamiento y persistencia de la empresa en el mercado.

Servicio al cliente: Instaurar un sistema de información fluido con el fin de entender y analizar las sugerencias, los requerimientos, quejas y reclamos de los clientes.

Tabla 17.

Proceso de servicio

COORDINADOR DE ASESORES	ASESORES	CLIENTE	¿COMO?
			Una vez se firma el contrato respectivo con el cliente se, inicia el desarrollo del proceso, esto implica el conocimiento y análisis de las necesidades.
			El gerente entrega el contrato al coordinador de asesores y le hace saber las necesidades y condiciones con las que se firmó, de manera que éste desarrolle el respectivo plan de trabajo, y en los tiempos establecidos por las partes.



Necesidades y requerimientos

Las necesidades y requerimientos en la etapa de iniciación del ciclo de vida del producto/servicio a prestar por parte de la empresa consultora son bajos, se ilustran a continuación en la tabla 18.

Tabla 18.

Necesidades y requerimientos para empresa de consultoría

Requerimientos				
Oficina				
Maquinaria Y Equipo	Unid.	Cant.	Valor Unitario	Valor Total
Laptop Inspiron 14	Unid	3	\$ 1.800.000	\$ 5.400.000
Impresora Multifuncional	Unid	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Video Beam	Unid	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.00
Celulares Smartphone	Unid	3	\$1.000.000	\$3.000.000
Total				\$ 11.800.000
Muebles Y Enseres	Unid.	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Muebles Para Sala De Espera	Unid	1	\$ 950.000	\$ 950.000
Papelería	Unid	5	\$ 65.000	\$ 325.000
Sillas Espera	Unid	3	\$ 260.000	\$780.000
Sillas De Capacitación Con Brazo	Unid	10	\$ 250.000	\$ 1.250.000
Total				\$ 3.305.000
Software Y Base De Datos	Unid.	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Software Contable Y De Administración	Unid	1	\$ 950.000	\$ 950.000
Software Para Gestión De Proyectos	Unid	1	\$ 850.000	\$850.000
Membresía Bases De Datos Científicas	Unid	20	\$ 120.000	\$120.000
Software Crm Gestión De Clientes	Unid	1	\$ 2.000.000	\$ 2.000.000
Total				\$ 1.270.000
Total Requerimientos				\$ 19.606.000

Básicamente el recurso más importante en las asesorías y consultorías es el recurso humano, sin embargo, algunos quipos se hacen indispensables al momento de la prestación del servicio, ejecución de tareas y socialización de los informes. Así mismo, el uso necesario de software administrativos y de facturación y principalmente en las asesorías de investigación el acceso a base de datos.

Consumo por unidad de servicio

Para abordar este tema se tienen en consideración las siguientes características:

Gastos técnicos y administrativos: Muestran la estructura ejecutiva, técnica y administrativa de una empresa, como los son: almacenistas, mecánicos, jefes de compras, veladores, ayudantes, dibujantes, mozos de limpieza y envíos, etc.

Alquileres y/o depreciaciones: Son todos aquellos gastos por conceptos de bienes, muebles e inmuebles, como servicios necesarios para el buen desempeño de las funciones ejecutivas, técnicas y administrativas de una empresa, tales como: servicios de teléfonos, rentas de oficinas y almacenes, etc.

Obligaciones y seguros: Son las responsabilidades obligatorias para la operación de la empresa e idóneos para la dilución de riesgos por medio de seguros que impidan una súbita descapitalización por siniestros. Entre ellos podemos enumerar: registro ante la secretaría del patrimonio nacional, la inscripción en la cámara nacional de la industria de la construcción, seguros de vida, etc.

Materiales de consumo: Representan los artículos de consumo, necesarios para el funcionamiento de la empresa, tales como: artículos de oficina, gastos de papelería, impresa, etc.

Capacitación y Promoción: Todo colaborador tiene el derecho de capacitarse y pensamos que en tanto éste lo haga, en esa misma medida, o mayor aún, la empresa mejorará su productividad. Entre los gastos de capacitación y promoción podemos mencionar: cursos a empleados, gastos de actividades deportivas, de celebraciones de oficinas, etc. (Zevallos, 2012, p.12).

Estos costos por unidad de servicios quedaran desglosados en el módulo financiero del presente estudio de factibilidad.

Análisis de la infraestructura requerida

En la siguiente tabla se muestran los bienes que se requieren para la infraestructura y su descripción.

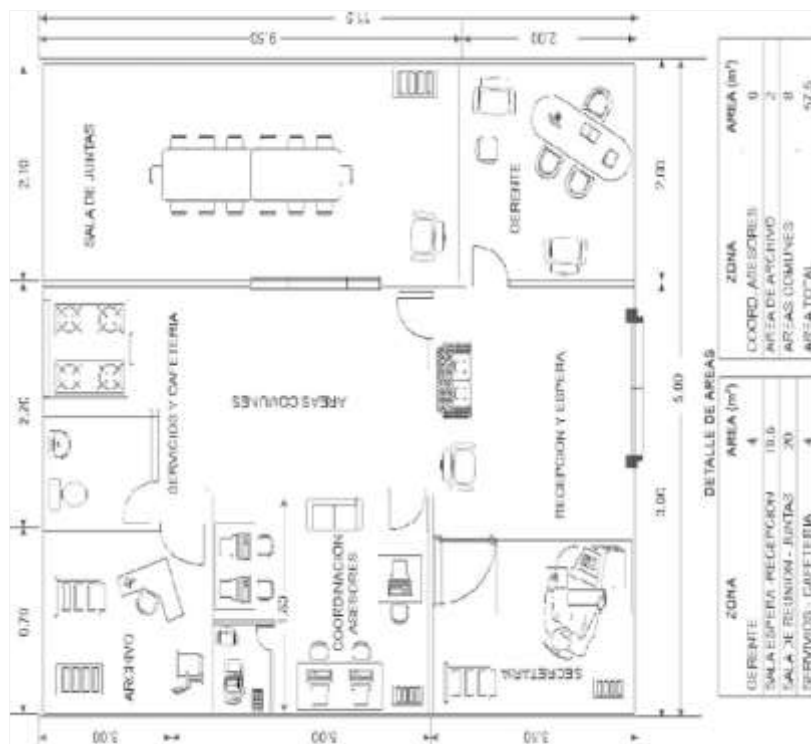
Tabla 19.*Descripción de la infraestructura*

OFICINA	DESCRIPCIÓN
Alquiler de oficina virtual / sala juntas	A diferencia de una oficina tradicional, una oficina virtual es un espacio de trabajo sin una ubicación física establecida. El progreso de las comunicaciones, permite que agencias de publicidad, estudios profesionales, productoras, distribuidores y otros negocios logren operar a través de herramientas colaborativas sin tener un lugar fijo: menor inversión de puesta en marcha, ahorro de dinero, horarios flexibles, reducción de tiempos y eventualidades.
MUEBLES Y ENSERES	
Muebles para sala de espera	Se requiere para hacer esperar confortablemente a los clientes antes de ser atendidos
Papelería	Útil para la impresión de documentos y organización de demás informes y actividades administrativas.
Sillas espera	Se requiere para hacer esperar confortablemente a los clientes antes de ser atendidos
Sillas de capacitación con brazo	Se requieren en dado caso que se desee hacer una capacitación en los temas que requiera el cliente.
SOFTWARE Y BASE DE DATOS	
Software contable y de administración	Se necesita para la facturación y llevar control contable de la organización y el pago oportuno de impuestos.
Software para gestión de proyectos	Se requiere para la organización y control de proyectos simultáneamente.
Membresía bases de datos científicas	Las bases de datos bibliográficas tienen una gran importancia, dado que componen una valiosa herramienta para el procesamiento de la información y su almacenamiento. Además, son de acceso fácil, oportuno, eficiente y preciso a diferentes acervos del conocimiento. Estas bases pueden ser consideradas como fuentes secundarias, ya que son la llave para llevarnos a la fuente original.
Página web	Se requiere para hacer presencia digital y captar clientes por medio de marketing 2.0
MAQUINARIA Y EQUIPO	
Laptop Inspiron 14	Se requieren como elemento esencial para todas las actividades de las consultorías, hoy día la computadora se convierte en el corazón de la organización, y aún más si se trata de una empresa de servicios.
Impresora multifuncional	Es una de las herramientas fundamental para mejorar todas las actividades que realizan los empleados. Desde luego, los beneficios que presentan las multifuncionales no son una de las principales características por las que son un producto muy adquirido, sino la característica que le permite consolidar diversas funciones en un solo dispositivo.
Video beam	La importancia del video beam radica en la presentación de informes, en el trabajo en grupo y análisis de propuestas conjuntamente con el cliente y los asesores, también es una herramienta que permite la socialización de informes en la sala de juntas o sala de negocios.
Celulares Smartphone	Es una herramienta básica de comunicación interna y externa para los asesores y toda la organización, permite el contacto y el seguimiento de los miembros del equipo y de la comunicación fluida entre clientes y empresa.

Distribución de la plata física del centro integral de negocios

La planta física está compuesta por un número de oficinas físicas, sala de juntas, cocina, áreas comunes, oficinas del personal administrativo encargado de las oficinas virtuales, recepción, archivo.

Figura 7.

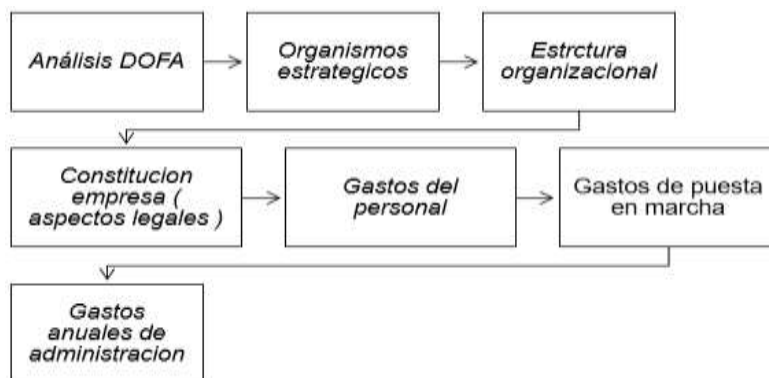


Plano de la planta física

Módulo organizacional

En el siguiente módulo se definirán y conocerán aspectos organizacionales tal y como lo indica la siguiente ilustración:

Figura 8.



Metodología modulo organizacional

Análisis DOFA

El análisis DOFA es un instrumento de gestión que sirve para la gestión y planeación estratégica, esta herramienta proporciona información necesaria para la implementación de acciones y medidas correctivas.

A continuación, se hace un análisis de los cuatro factores dividido en dos fases, análisis endógeno y un análisis exógeno en el modelo de negocios:

Tabla 20.

Análisis DOFA microempresa de consultoría

FORTALEZA	IMPACTO	ESTRATEGIA
El grupo de trabajo se encuentra capacitado para proveer soluciones eficientes y rápidas a la problemática de estructuración de proyectos.	Cálida en las propuesta y servicios prestados	Riguroso proceso de selección por competencias y habilidades.
Los resultados pueden verse en corto tiempo ya que cuenta con un amplio nivel de clientes.	Sostenibilidad del negocio	Consecución o compra de base de datos de clientes potenciales.
Algunos clientes ya reconocen los servicios prestados como de calidad y vuelven a contratar.	Fidelización clientes	Se cuenta con conocimiento de la zona identificada para iniciar el proceso de vinculación de clientes y se aprovecha como punto de inicio para la empresa.
Hace uso de las nuevas tecnologías de la información y comunicación	Visibilidad a clientes potenciales y nuevas tendencias de marketing 2.0	Se constituye un semillero interno creando núcleos de trabajo encabezado por el personal más experimentado para facilitar la transferencia de información.
Modelo estándar que garantiza el éxito en la aprobación de proyectos de las entidades territoriales	Proyectos aprobados con éxito.	Metodologías precisas y validadas para la formulación de proyectos.
DEBILIDADES	IMPACTO	ESTRATEGIA
La mayor parte del conocimiento en regalías, se centra en un pequeño número del equipo de consultores.	Recurso humano con competencias específicas escasas.	Se cuentan con contactos que ya solicitan el servicio y que por ende empezaría a consolidar la marca. Al igual que el recurso humano, conocimiento de formulación proyectos MGA
El mercado de asesorías en investigación científica es débil en el sector industrial.	Desinterés por contratar consultoría en desarrollo tecnológico e innovación.	Crear brochure acorde al sector de la industria y con servicios que demuestren resultados e impactos en optimización de recursos, costos y mejoramiento de productividad.
Por ser una empresa nueva, poco reconocimiento.	Reconocimiento a nivel departamental de la empresa	Visibilidad a clientes potenciales y nuevas tendencias de marketing 2.0

AMENZAS	IMPACTO	ESTRATEGIA
Corrupción y politiquería	Perdida de contratos	Denunciar irregularidades y clientelismo
Empresas de consultoría consolidadas en el mercado, ya existentes.	Perdida de contratos	Centralizar las fuerzas en un solo sector puede facilitar el reconocimiento como empresa y puede ampliar la visión nacional para la consecución de nuevos proyectos.
Entidades gubernamentales y fondos de financiación.	Perdida de contratos	Establecer alianzas para la participación de proyectos con formulación interdisciplinar
OPORTUNIDADES	IMPACTO	ESTRATEGIA
El sector de negocios está en expansión, con muchas oportunidades futuras de éxito.	Crecimiento dentro sector servicio de consultorías en proyectos e investigación científica.	La creciente oferta de especialistas de proyectos puede facilitar una pronta vinculación en el caso que la demanda crezca fuera del volumen esperado.
El gobierno quiere estimular a las empresas locales trabajando con ellas en lo que sea posible.	Oportunidades de sostenibilidad empresarial a largo plazo.	Acogerse a oportunidades y políticas que cobijan la actividad comercial de la empresa.
Potenciar las capacidades del personal.	Mejorar prestación servicio y satisfacción del cliente.	Dado que se cuenta con experiencia personal y no como marca, se debe tener una marca y registrarla para iniciar el proceso de maduración y de valoración de la misma.
De acuerdo al nuevo decreto, todos los departamentos y municipios tienen accesos a una porción de dinero de las regalías.	Mayor oportunidad para la solicitud de servicios de asesorías y consultorías.	Identificar recursos asignados y líneas estratégicas a las cuales deben ser destinados para la elaboración de propuestas.

Organismos estratégicos de apoyo

Camara de Comercio: “Las Cámaras de comercio universalmente hablando son un género de organización que tiene su origen en la necesidad de los comerciantes de asociarse para defender sus intereses y trabajar en común, en favor de sus objetivos y actividades”. (Camara de comercio Barranquilla, 2017)

Aquí se realizará el registro mercantil y/o formalización de la empresa, también se tomarán seminarios de temas de interés para la empresa, así como ruedas de negocios y otros eventos que apalancan del desarrollo económico del subsector.

Súper Intendencia de Industria y Comercio (SIC): La SIC salvaguarda los derechos de los consumidores, protege la libre y sana competencia, actúa como autoridad nacional de la propiedad industrial y defiende los derechos fundamentales relacionados con la correcta administración de datos personales.

De esta manera, la SIC es parte fundamental en la estrategia estatal en favor de la competitividad y la formalización de la economía, lo cual incluye la vigilancia a las cámaras de comercio y la metrología legal en Colombia (SIC, 2017).

Estructura organizacional

Dentro del concepto de estructura organizativa se pueden incluir ideas como centralización que es el proceso de toma de decisiones, diferenciación que es como se divide la mano de obra, formalización que son las políticas y procedimientos que rigen las actividades de la organización. Con una buena estructura organizativa podemos obtener:

- Una imagen corporativa o identidad.
- Transmitir confiabilidad a los clientes.
- La fiabilidad de los proveedores.
- Un clima laboral apropiado.

En las empresas de consultoría resulta fundamental el buen manejo de las relaciones interpersonales, al trabajarse de cara al público y con un grado de convivencia muy elevado entre compañeros y jefes.

Bajo este escenario la empresa hace un ejercicio de introspección y se conoce a sí misma, determinando lo que es, y por tanto su visión y misión.

Nombre de la empresa

De manera preliminar se estableció el nombre de la microempresa teniendo en cuenta los siguientes factores: Personalidad de marca, la pronunciación, sonido y musicalidad, marca perdurable, fácil recordación y posicionamiento:

NOMBRE DE LA EMPRESA: “Asesorías y Consultorías EUREKA”

El nombre que llevará será “Asesorías y Consultorías EUREKA”, con el fin de transmitir seguridad, confianza y exclusividad. Del mismo modo, el diseño de la imagen corporativa (logotipo) estará orientado a transmitir todos los elementos característicos y factores diferenciadores, además de ser un logo simple, fácil de identificar y recordar. En la siguiente ilustración queda definida la imagen corporativa de la microempresa.

Figura 9.



Logotipo empresa de asesoría y consultoría en investigación

Misión

EUREKA asesorías y consultorías es una empresa que presta servicio de asesorías y consultorías en proyectos con el propósito de brindar soluciones rápidas y confiables a nuestros clientes.

Visión

Ser en el 2025 una empresa líder y reconocida en toda la costa Atlántica por brindar servicios de consultorías y asesorías en proyectos, contando con posicionamiento en el mercado, recurso humano de alta calidad y con los cuales tengan preferencia los clientes.

Valores corporativos

Los valores estarán orientados al trato justo, el respeto, a los derechos de los trabajadores, proveedores y la satisfacción del cliente son nuestros valores clave.

- Respeto: Interactuamos con nuestros clientes, reconociendo los intereses colectivos y el cuidado de su salud.
- Integridad: Procedemos con honestidad, coherencia, sinceridad, firmeza y rectitud.
- Responsabilidad Social: Colaboración activa y voluntaria al mejoramiento social para compensar el daño que pueda ocasionar nuestro negocio.
- Sostenibilidad: Es el conjunto de condiciones ambientales, sociales y económicas, que favorecen la estancia y el desarrollo de una empresa.

Objetivos de la empresa

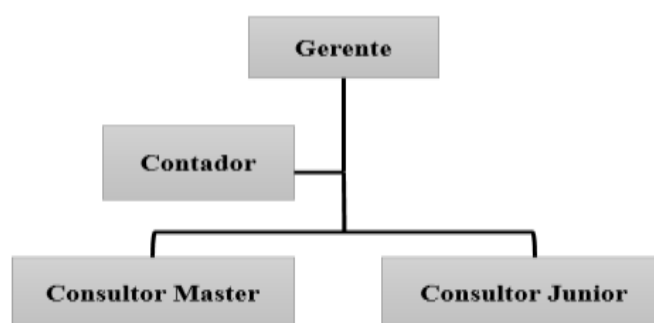
Los objetivos de toda empresa se fijan a partir de la misión y visión de ésta. Estos deben ser objetivos estratégicos coherentes y concretos, entre sí, realistas y alcanzables.

- Contar con los insumos, materiales y equipos para la prestación de servicios de consultoría y asesoría.
- Poner al servicio de los usuarios el conocimiento del recurso humano contratado.
- Motivación y formación permanente para nuestros empleados.
- Incrementar los beneficios y reducir costos

Estructura organizacional

Un organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa, en la cual se muestran las relaciones que guardan entre sí, los órganos que la componen. Para la microempresa se ha establecido el siguiente organigrama.

Figura 10.



Organigrama asesoría y consultoría EUREKA

Se resalta que la función del contador es por prestación de servicios y constituye un servicio externo, es decir no hace parte de trabajadores fijos de la microempresa.

Los consultores estarán divididos en junior y master, con el propósito de asignar a los consultores más experimentados en consultorías de mayor complejidad, el gerente hará las veces de consultor siempre y cuando la sea necesario apoyar la gestión, sin embargo, su función principal es el direccionamiento estratégico y el desarrollo comercial y consecución de clientes.

Descripción funciones del servicio humano

Las funciones y las responsabilidades de cada uno de los cargos mencionados son:

Tabla 21.

Descripción del cargo gerente

Eureka asesorías y consultorías	
Manual de funciones	Fecha:
I. Identificación del cargo	
Nombre del cargo: gerente / administrador	Departamento: administrativo
Jefe inmediato: gerente	Cargos supervisados: 4
II. Función general:	
Desarrollar el proceso administrativo de planeación, organización, dirección y control de toda la empresa.	
III. Funciones específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Convertir operativos los objetivos, las metas y las estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo. • Visitar a los usuarios y presentar los servicios de la empresa. • Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizando los recursos disponibles. • Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. • Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales. • Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión). 	
IV. Perfil del cargo	
Educación: Profesional en áreas de mercadeo, profesional en el área administrativo como Administrador de empresas o Ingeniero industrial, con conocimiento en empresas comerciales y/o prestadoras de servicios.	
Formación: Conocimiento en administración y gerencia estratégica	
Experiencia: (2) años de experiencia en cargos similares.	
Tiempo de dedicación: Tiempo completo.	

Tabla 22.*Descripción del cargo contador*

Eureka asesorías y consultorías	
Manual de funciones	Fecha:
I. Identificación del cargo	
Nombre del cargo: contador	Departamento: administrativo
Jefe inmediato: gerente	Cargos supervisados: ninguno
II. Función general:	
Aplicar, analizar e interpretar la información contable y financiera de la empresa, como apoyo en el proceso de toma de decisiones.	
III. Funciones específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener el correcto funcionamiento de los sistemas y procedimientos contables de la empresa. • Ejercer estricta vigilancia y cumplimiento en las obligaciones de la empresa de tipo legal tales como: IVA, Retención de fuente, Impuestos, Parafiscales, etc. • Orientar la elaboración de los estados financieros periódicamente y la presentación de esta información de manera clara y precisa. • Actuar con integridad, honestidad y absoluta reserva de la información de la empresa. • Mantener actualizada la información la cual se ejecutará a las exigencias de la normatividad en materia fiscal y tributaria. • Investigar y dar solución a los problemas referentes a la falta de información para el registro contable. • Preparar y ordenar la información financiera y estadística para la toma de decisiones de las autoridades superiores. • Identificar y analizar los ingresos, egresos y gastos de operación de la empresa e informar periódicamente al Gerente. 	
IV. Perfil del cargo	
Educación: Profesional en Contaduría Pública.	
Formación: Conocimiento de herramientas de control administrativo y de presupuestos así como de todos los procesos contables.	
Experiencia: (2) años de experiencia en cargos similares.	
Tiempo de dedicación: Parcial	

Tabla 23.*Descripción del cargo consultor junior/master*

Eureka asesorías y consultorías	
Manual de funciones	Fecha:
I. Identificación del cargo	
Nombre del cargo: consultor junior	Departamento: administrativo
Jefe inmediato: gerente	Cargos supervisados: ninguno
II. Función general:	
Brindar asesoría a cada uno de los procesos y necesidades que requiera el cliente.	
III. Funciones específicas	
<ul style="list-style-type: none"> • Emitir conceptos ante cotizaciones realizadas por clientes. • Revisar los documentos que se sometan a consideración para establecer la conveniencia, aplicabilidad, legalidad y demás inquietudes que frente a ellos se formulen. • Asesorar a las diferentes dependencias en la etapa precontractual y llevar a cabo todos los procesos de contratación que requiera el cliente. • Administración, atendiendo cada una de las modalidades y verificar el lleno de los requisitos legales. • Asesoría, desarrollo y entrega de proyectos asignados. • Seguimiento de proyectos y control de entrega de documentos. • Realizar contactos con entidades u organizaciones que permitan desarrollar y llevar a cabo los proyectos asignados. 	
IV. Perfil del cargo	
Educación: Ingeniero con énfasis en investigación	
Formación: Conocimiento ventas, y servicio al cliente	
Experiencia: (2) años de experiencia en cargos similares.	
Tiempo de dedicación: Tiempo completo.	

Constitución de la empresa y aspectos legales

La empresa se va a constituir como persona jurídica, mediante una sociedad por acciones simplificada (S.A.S) bajo la razón social “EUREKA ASESORIAS Y CONSULTORIAS”, esta figura jurídica tiene entre sus ventajas que pueden constituirse con cualquier monto de capital social. Además, las sociedades por acciones simplificadas pueden constituirse y funcionar con uno o varios accionistas. Se podrá constituir con un documento privado en lugar de hacerse con una escritura pública, el cual no es necesario llevar a notaría pública. La duración de esta sociedad podrá ser indefinida.

Los pasos a seguir para la legalización de la empresa son los siguientes:

- Como consulta previa para la constitución de la empresa, se verifico que en Cámara de Comercio no existe registrada alguna empresa con el nombre o razón social: “EUREKA

CONSULTORES” por lo cual se determina que ese será la razón social de la empresa a constituir.

- Elaborar documento privado, acorde con lo establecido por la normatividad colombiana para este tipo de sociedades.
- Se debe gestionar el pre RUT, el cual se puede gestionar directamente en las oficinas de la DIAN de Barranquilla o se puede tramitar a través de la página de la entidad, en el link o enlace:
<https://muisca.dian.gov.co/WebRutMuisca/DefInscripcionRutPortal.faces>
- En la Cámara de Comercio se presentará el documento privado de constitución, fotocopia de cedula del representante legal, Pre RUT y los formularios de inscripción debidamente diligenciados.
- Esta fase de constitución de la empresa genera costos de derechos de matrícula e inscripción en el registro ante la Cámara de Comercio, aproximados de cien mil pesos (100.000), este cálculo se realizó a través de la página de la cámara de comercio de Barranquilla. La cámara de comercio estudiará los documentos aportados y si no encuentra inconsistencias en la información hará la formalización del registro de la sociedad. Este trámite tarda en promedio 5 días hábiles.
- Una vez se tenga el certificado de existencia y representación legal provisional, se procede a solicitar ante una entidad bancaria la apertura de una cuenta, para esto es necesario, adjuntar el certificado de Cámara de Comercio, pre RUT y fotocopia de la cedula del representante legal.
- La entidad bancaria expedirá una certificación donde conste que la empresa: “EUREKA CONSULTORIAS Y ASESORIAS”, posee cuenta en ese banco. Este trámite puede tardar 3 días hábiles aproximadamente.
- El siguiente paso será solicitar ante la DIAN la asignación definitiva del RUT, para esto es necesario solicitar cita por la página de internet de la entidad, normalmente estas citas son concedidas para 5 días posterior a su solicitud, el representante legal de la empresa deberá presentarse a la cita en la DIAN, con el certificado de existencia y representación legal, pre RUT y certificación bancaria. La DIAN hará el registro del RUT y asignará un NIT definitivo, el cual será el número de identificación de la empresa, esta información será actualizada ante Cámara de Comercio. A partir de este momento se podrán expedir certificados de existencia con el NIT asignado a la empresa.
- Luego que la empresa se encuentra inscrita ante la Cámara de Comercio de Barranquilla, se requieren otros trámites, ante la DIAN como la solicitud de resolución para facturar y el registro de la firma digital. Para estos trámites se requiere solicitar cita con anterioridad, la cual es asignada con aproximadamente a los 5 días. Es de anotar que los trámites efectuados ante la DIAN no generan ningún costo.
- Una vez efectuado el registro de la empresa, se deben registrar los libros de inventario y de actas de socios de carácter obligatorio, evento que genera un costo aproximado de \$100.000.
- La DIAN, emite un certificado de RUT, que deberá presentarse con copia, ante la Cámara de Comercio para que la información correspondiente sea incluida en el certificado de existencia y representación legal de la sociedad. Con el RUT asignado se

solicita ante la misma entidad resolución de autorización para facturar. Los trámites ante la DIAN no generan ningún costo.

- Agotada la etapa de registros, La empresa deberá inscribirse en la EPS, fondo de pensiones, ARP, caja de compensación familiar, de libre elección para afiliar a los empleados. En lo que respecta a las obligaciones tributarias, se cumplirá con el recaudo y pago de IVA y Rete fuente, liquidación de impuesto a la renta, estos tributos serán liquidados por el contador de la empresa con base en la información contable generada.
- Distritalmente existen unos compromisos tributarios derivados de industria y comercio, impuesto anual de bomberos e impuesto de avisos y tableros, para la liquidación de los mismos se tendrán en cuenta las tarifas emanadas por la secretaria de hacienda de Barranquilla.
- La contratación de personal y el manejo de personal, se realizará teniendo en cuenta la legislación expuesta en el código sustantivo de trabajo y la ley 100 de 1993 y sus actualizaciones.

Gastos de personal

Según las proyecciones realizadas en el presupuesto del costo del personal, se hizo un costeo general y detallado de los pagos de salarios, dotaciones, beneficios internos y prestaciones legales de los trabajadores, tomando un periodo de 5 años de manera cíclica.

La siguiente tabla nos muestra una proyección de la nómina de la empresa que está constituida por dos personas con cargos administrativos y dos con cargos operativos.

Todas las proyecciones realizadas tienen incluido, en prestaciones sociales: primas, cesantías, intereses de cesantías y vacaciones, en la seguridad social se tuvo en cuenta los pagos de ARL, EPS, AFP, de igual manera para el pago de parafiscales: caja de compensación, ICBF. Para una mayor comprensión se detalla en la tabla 24 las siguientes proyecciones.

Tabla 24.

Proyección anual de nomina

CARGO	PROYECCIÓN ANUAL DE NOMINA					
	TOTAL/MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente	2.601.881	31222572	32.159.249	33.124.027	34.117.747	35.141.280
Contador	1.051.881	12.622.572	13.001.249	13.391.287	13.793.025	14.206.816
SUB TOTAL NOMINA ADMINISTRATIVA:	3.653.762	43.845.144	45.160.498	46.515.313	47.910.773	49.348.096
<i>Consultor junior</i>	1.801.881	1.855.937	1.911.616	1.968.964	2.028.033	2.088.874
<i>Consultor Master</i>	3.201.881	3.297.937	3.396.876	3.498.782	3.603.745	3.711.858
SUB TOTALES NOMINA CONSULTORES	5.003.762	5.153.875	5.308.491	5.467.746	5.631.778	5.800.732
TOTALES	8.657.524	48.999.019	50.468.989	51.983.059	53.542.551	55.148.827

Se puede observar que se tiene una nómina mensual de \$ 7.567.735 el cual incluye el sueldo de los consultores y del gerente de la empresa, los honorarios del contador se establecen como fijos y por prestación de servicio.

Gastos de puesta en marcha

Se presupuestaron y registraron todos los costos iniciales para arrancar el proyecto, teniendo en cuenta las obligaciones legales, gastos iniciales, costos de publicidad y propaganda, costos operacionales, entre otros.

Tabla 25.

Gastos de puesto en marcha

GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	AÑO 0
Arquitectura De La Marca	\$ 500.000
Registro De La Marca	\$ 400.000
Escrituras Y Gastos Notariales	\$ 80.000
Registro Mercantil	\$ 200.000
Pagos a terceros	\$ 450.000
Impuesto Letrero Publicitario	\$ 180.000
Certificado De Uso Suelo (Alcaldía)	\$ 70.000
TOTAL GASTOS DE PUESTA EN MARCHA	\$ 1.880.000

Gastos de marketing

Para la proyección de gastos de marketing se tuvo en cuenta una inversión inicial para el primer año en Marketing Directo, Medios Masivos (ATL), Medios Alternativos (BTL), de igual manera se proyectó: Redes Sociales, Bloggins, Pagina Web, pero para estos se tuvo en cuenta que todos los años esta inversión será constante, por esta razón se realiza la proyección a cinco años.

Tabla 26.

Proyección de marketing

Gastos de ventas	Cant.	Vr /Unds	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Marketing directo	2	\$ 200.000	\$ 400.000				
Marketing 2,0	4	\$ 300.000	\$ 1.200.000				
Relaciones publicas	9	\$ 150.000	\$ 1.350.000				
Publicidad no segmentada	12	\$ 200.000	\$ 2.400.000	\$ 2.505.600	\$ 2.583.274	\$ 2.663.355	\$ 2.743.256
Publicidad no pagada	12	\$ 80.000	\$ 960.000	\$ 1.002.240	\$ 1.033.309	\$ 1.065.342	\$ 1.097.302
Total gastos de ventas anual			\$ 6.310.000	\$ 3.507.840	\$ 3.616.583	\$ 3.728.697	\$ 3.840.558

Gastos anuales de administración

El siguiente presupuesto tiene como finalidad proyectar los gastos en lo que incurrirá las funciones administrativas de la empresa, para llevar a cabo las actividades propias de su naturaleza.

De la misma forma los gastos indirectos de fabricación, los dos gastos (de administración y ventas) deben estar separados en todas las partidas en los gastos variables y fijos.

Tabla 27.

Gastos de administración

Gasto indirecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos bancarios	\$ 1.200.000	\$ 1.236.000	\$ 1.273.080	\$ 1.311.272	\$ 1.350.611
Personal administrativo	\$ 10.500.000	\$ 10.815.000	\$ 11.139.450	\$ 11.473.634	\$ 11.817.843
Arriendo de la oficina	\$ 10.800.000	\$ 11.124.000	\$ 11.457.720	\$ 11.801.452	\$ 12.155.495
Papelería de oficina	\$ 1.080.000	\$ 1.112.400	\$ 1.145.772	\$ 1.180.145	\$ 1.215.550
TOTAL	\$ 23.580.000	\$ 24.287.400	\$ 25.016.022	\$ 25.766.503	\$ 26.539.498

Módulo financiero

Para definir el modelo financiero del plan de negocios se proyectaron de manera presupuestal, estados financieros iniciales como los son el balance general, el estado de pérdidas y ganancias, y el flujo de caja, los estados financieros iniciales esperados de los 5 primeros años del negocio.

Fuentes de financiación

Se estima que para poner en marcha el plan de negocios se necesita una inversión inicial de 37 millones de pesos, este dinero sería empleado para gastos como: arriendo, compra de maquinaria, herramientas y equipos, así como la sostenibilidad de los primeros meses de operación.

Las fuentes de financiación de la inversión inicial estarán distribuidas en aportes de socios con un capital de \$17.000.000 equivalente al 45,3% de la inversión, los otros \$20.000.000 restantes se conseguirán por medio cualquier entidad financiera cuyo objeto social sea incentivar y patrocinar el emprendimiento, o en caso contrario una solicitud de crédito de libre inversión a la mejor tasa.

Bases establecidas para el análisis financiero

En la siguiente tabla se relacionan los parámetros iniciales para realizar el análisis financiero del plan de negocios, se tendrán en cuenta aspectos como: nombre del producto, información del proyecto, condiciones de la deuda, depreciación de los activos fijos e impuestos.

Tabla 28.*Bases establecidas para el análisis financiero*

PARAMETRO	VALOR	EXPLICACIÓN
Nombre de los Productos		
Asesorías y consultorías comunidad		
Asesorías y consultorías entidades territoriales		
Asesorías y consultorías pymes		
Asesorías y consultorías ONG		
Información del Proyecto		
Indique la Tasa de Descuento del	10%	Tasa Efectiva Anual
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación).en meses	6 mes	
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio (Indique el mes)	12 mes	
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio (Indique el mes)	24 mes	
Condiciones de la Deuda		
Gracia	0	Gracia a Capital (Años)
Plazo	5	Plazo de la Deuda (Años)
Tasa en pesos	10%	Puntos por encima del DTF
Depreciación Activos Fijos		
Construcciones y Edificaciones	20	Vida útil (años)
Maquinaria y Equipo de Operación	10	Vida útil (años)
Muebles y Enseres	5	Vida útil (años)
Equipo de Transporte	5	Vida útil (años)
Equipo de Oficina	3	Vida útil (años)
Otros		
Gastos Anticipados	5	Amortización (años)

Proyecciones consolidadas

Las proyecciones financieras nos permiten pronosticar los resultados económicos y financieros futuros, respecto a sus operaciones. Para el caso de este estudio de factibilidad se tienen en cuenta variables macroeconómicas. En cuanto a las ventas se realizó un pronóstico a 5 años de los precios de ventas y la cantidad de servicios pronosticados según el estudio de mercado.

En cuanto a los costos de producción se analizaron, tanto los costos directos como los costos indirectos del servicio.

Tabla 29.*Proyecciones consolidadas*

Variables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Macroeconómicas							
Inflación	%		3,00%	3,43%	3,63%	3,48%	3,30%
Devaluación	%		4,40%	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%
IPP	%		2,71%	3,51%	3,72%	3,80%	3,50%
Crecimiento PIB	%		4,40%	4,58%	4,44%	4,60%	4,70%
DTF T.A.	%		4,13%	4,96%	5,35%	5,11%	4,86%
Ventas, Costos y Gastos							
Precio Por Producto	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Asesorías y consultorías comunidad académica	\$ / unid.		18.000	18.600	19.100	19.700	20.300
Precio Asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ / unid.		19.000	19.600	20.200	20.800	21.400
Precio Asesorías y consultorías pymes	\$ / unid.		16.000	16.500	17.000	17.500	18.050
Precio Asesorías y consultorías ONG	\$ / unid.		16.000	16.500	17.000	17.500	18.050
Unidades Vendidas por Producto	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Asesorías y consultorías comunidad académica	unid.		2.664	3.751	4.202	4.497	4.717
Unidades Asesorías y consultorías entidades territoriales	unid.		216	301	336	360	377
Unidades Asesorías y consultorías pymes	unid.		248	361	407	438	360
Unidades Asesorías y consultorías ONG	unid.		124	181	204	220	231
Total Ventas	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Promedio	\$		17.837,64	18.417,76	18.252,36	18.817,57	20.139,04
Ventas	unid.		3.252	4.594	5.149	5.515	5.685
Ventas	\$		58.008.000	84.611.200	93.981.400	103.778.900	114.490.450
Costos Unitarios Materia Prima							
Costo materia prima asesorías y consultorías comunidad académica	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo materia prima asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo Materia Prima Asesorías y consultorías pymes	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo Materia Prima Asesorías y consultorías ONG	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643

Costo Materia Prima	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costos Unitarios Mano de Obra	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías comunidad académica	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías pymes	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías ONG	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costos Variables Unitarios	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Materia Prima y M.O. Costos Producción Inventaríales	\$ / unid. Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$		11.880.000	12.287.484	12.733.520	13.176.646	13.611.475
Mano de Obra	\$		8.657.524	48.999.019	50.468.989	53.542.551	55.148.827
Materia Prima y M.O.	\$		20.537.524	61.286.503	63.202.509	66.719.197	68.760.303
Depreciación	\$		903.651	2.806.922	2.844.113	2.895.613	3.073.586
Total	\$		19.633.873	58.479.581	60.358.396	63.823.584	65.686.717
Margen Bruto	\$		66%	30%	35%	38%	42%
Gastos Operacionales	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Ventas	\$		6.310.000	3.507.840	3.616.583	3.728.697	3.840.558
Gastos Administración	\$		23.580.000	24.340.620	25.095.179	25.850.489	26.626.003
Total Gastos	\$		29.890.000	27.848.460	28.711.762	29.579.186	30.466.561
Inversiones (Inicio Período)	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	\$	11.800.000					
Muebles y Enseres	\$	3.305.000					
Equipo de Transporte	\$						
Equipos de Oficina	\$	4.500.000					
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0
Renta	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patrimonio	\$	17.000.000	14.341.855	29.106.509	46.064.240	69.311.660	105.590.095
Renta Presuntiva sobre patrimonio Líquido	%		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Renta Presuntiva	\$		510.000	430.256	873.195	1.381.927	2.079.350
Renta Líquida	\$		-2.658.145	15.494.635	24.168.449	36.137.721	60.028.322
Tarifa Impuesto de Renta	%		25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%

Tarifa a pagar sobre impuesto renta(Según ley 1429)	%		0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	75,00%
CREE	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tarifa de impuesto CREE			9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%
Estructura de Capital	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Socios	\$	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000
Obligaciones Financieras	\$	20.000.000	0	0	0	0	0
Patrimonio	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Social	\$	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000
Utilidades Retenidas	\$		0	-1.993.609	7.171.468	20.485.262	38.924.534
Utilidades del Ejercicio	\$		-2.658.145	14.100.118	20.482.760	28.368.111	43.370.462
Dividendos	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidades Repartibles	\$		0	0	10.696.497	25.605.952	46.016.562
Dividendos	%		0%	25%	25%	25%	25%
Dividendos	\$		0	-664.536	3.525.029	5.120.690	7.092.028
	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Variables Macroeconómicas	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inflación	%		3,00%	3,43%	3,63%	3,48%	3,30%
Devaluación	%		4,40%	4,58%	4,50%	4,34%	4,47%
IPP	%		2,71%	3,51%	3,72%	3,80%	3,50%
Crecimiento PIB	%		4,40%	4,58%	4,44%	4,60%	4,70%
DTF T.A.	%		4,13%	4,96%	5,35%	5,11%	4,86%
Ventas, Costos y Gastos	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Por Producto	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Asesorías y consultorías comunidad académica	\$ / unid.		18.000	18.600	19.100	19.700	20.300
Precio Asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ / unid.		19.000	19.600	20.200	20.800	21.400
Precio Asesorías y consultorías pymes	\$ / unid.		16.000	16.500	17.000	17.500	18.050
Precio Asesorías y consultorías ONG	\$ / unid.		16.000	16.500	17.000	17.500	18.050
Unidades Vendidas por Producto	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Unidades Asesorías y consultorías comunidad académica	unid.		2.664	3.751	4.202	4.497	4.717
Unidades Asesorías y consultorías entidades territoriales	unid.		216	301	336	360	377
Unidades Asesorías y consultorías pymes	unid.		248	361	407	438	360

Unidades Asesorías y consultorías ONG	unid.		124	181	204	220	231
Total Ventas	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Precio Promedio Ventas	\$ unid.		17.837,64	18.417,76	18.252,36	18.817,57	20.139,04
Ventas	\$		58.008.000	84.611.200	93.981.400	103.778.900	114.490.450
Costos Unitarios Materia Prima	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo materia prima asesorías y consultorías comunidad académica	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo materia prima asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo Materia Prima Asesorías y consultorías pymes	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo Materia Prima Asesorías y consultorías ONG	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costo Materia Prima	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Costos Unitarios Mano de Obra	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías comunidad académica	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías entidades territoriales	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías pymes	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra Asesorías y consultorías ONG	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costo Mano de Obra	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Costos Variables Unitarios	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima (Costo Promedio)	\$ / unid.		4.125	4.249	4.376	4.507	4.643
Mano de Obra (Costo Promedio)	\$ / unid.		2.641	2.720	2.802	2.886	2.972
Materia Prima y M.O.	\$ / unid.		6.765,85	6.968,82	7.177,89	7.393,23	7.615,02

Costos Producción Inventariables	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	\$		11.880.000	12.287.484	12.733.520	13.176.646	13.611.475
Mano de Obra	\$		8.657.524	48.999.019	50.468.989	53.542.551	55.148.827
Materia Prima y M.O.	\$		20.537.524	61.286.503	63.202.509	66.719.197	68.760.303
Depreciación	\$		903.651	2.806.922	2.844.113	2.895.613	3.073.586
Total	\$		19.633.873	58.479.581	60.358.396	63.823.584	65.686.717
Margen Bruto	\$		66%	30%	35%	38%	42%
Gastos Operacionales	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Ventas	\$		6.310.000	3.507.840	3.616.583	3.728.697	3.840.558
Gastos Administración	\$		23.580.000	24.340.620	25.095.179	25.850.489	26.626.003
Total Gastos	\$		29.890.000	27.848.460	28.711.762	29.579.186	30.466.561
Inversiones (Inicio Período)	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Maquinaria y Equipo	\$	11.800.000					
Muebles y Enseres	\$	3.305.000					
Equipo de Transporte	\$						
Equipos de Oficina	\$	4.500.000					
Total Inversiones	\$		0	0	0	0	0
Renta	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Patrimonio	\$	17.000.000	14.341.855	29.106.509	46.064.240	69.311.660	105.590.095
Renta Presuntiva sobre patrimonio Liquido	%		3,00%	3,00%	3,00%	3,00%	3,00%
Renta Presuntiva	\$		510.000	430.256	873.195	1.381.927	2.079.350
Renta Liquida	\$		-2.658.145	15.494.635	24.168.449	36.137.721	60.028.322
Tarifa Impuesto de Renta	%		25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Tarifa a pagar sobre impuesto renta(Según ley 1429)	%		0,00%	0,00%	25,00%	50,00%	75,00%
CREE	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tarifa de impuesto CREE			9,00%	9,00%	9,00%	9,00%	9,00%
Estructura de Capital	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Socios	\$	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000
Obligaciones Financieras	\$	20.000.000	0	0	0	0	0
Patrimonio	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capital Social	\$	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000
Utilidades Retenidas	\$		0	-1.993.609	7.171.468	20.485.262	38.924.534
Utilidades del Ejercicio	\$		-2.658.145	14.100.118	20.482.760	28.368.111	43.370.462
Dividendos	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidades Repartibles	\$		0	0	10.696.497	25.605.952	46.016.562
Dividendos	%		0%	25%	25%	25%	25%
Dividendos	\$		0	-664.536	3.525.029	5.120.690	7.092.028
Variables Macroeconómicas	Un.	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5

Este análisis nos permite conocer las variables económicas tanto externas como internas que interactúan con el plan de negocio y de igual manera nos permite tener una visión global del comportamiento del negocio en un periodo de 5 años.

Flujo de caja

El estado de flujo de caja representa el cambio neto en el flujo de efectivo por las operaciones de la empresa, las actividades de financiamiento e inversión de un periodo determinado, muestra de donde viene el dinero y hacia dónde va. El flujo de caja de la empresa es básicamente los ingresos menos los gastos.

Es una ventaja para esta empresa que el flujo de caja proyectado sea siempre positivo, debido a la proyección de la demanda y el precio establecido se puede decir que los ingresos logran cubrir perfectamente los gastos.

Tabla 30.

Flujo de caja

Flujo de Caja Operativo						
Utilidad Operacional		9.489.725	37.531.793	45.323.899	53.525.283	62.696.225
Depreciaciones		903.651	2.806.922	2.844.113	2.895.613	3.073.586
Impuestos		0	0	-1.394.517	-3.685.688	-7.769.610
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Neto Flujo de Caja Operativo		8.586.074	34.724.871	41.085.269	46.943.982	51.853.029
Inversión en Maquinaria y Equipo	-11.800.000	0	0	0	0	0
Inversión en Muebles	-3.305.000	0	0	0	0	0
Inversión en Equipos de Oficina	-4.500.000	0	0	0	0	0
Inversión Activos Fijos	-19.605.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Inversión	-19.605.000	0	0	0	0	0
Flujo de Caja Financiamiento						
Desembolsos Pasivo Largo Plazo	20.000.000	0	0	0	0	0
Amortizaciones Pasivos Largo Plazo		-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000	-4.000.000
Intereses Pagados		-3.094.358	-2.635.307	-2.033.250	-1.332.187	-653.990
Dividendos Pagados		0	664.536	-3.525.029	-5.120.690	-7.092.028
Capital	17.000.000	0	0	0	0	0
Neto Flujo de Caja Financiamiento	37.000.000	-7.094.358	-5.970.771	-9.558.279	-10.452.877	-11.746.018
Neto Periodo	17.395.000	1.491.716	28.754.100	31.526.990	36.491.105	40.107.011
Saldo anterior		17.395.000	18.886.716	47.640.816	79.167.806	115.658.911
Saldo siguiente	17.395.000	18.886.716	47.640.816	79.167.806	115.658.911	155.765.923

Balance general

De un balance general se puede concluir que tan rentable o que tan bueno es invertir en las actividades de financiación en la empresa a una fecha determinada.

Tabla 31.

Balance general

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
BALANCE GENERAL						
Activo						
Efectivo	17.395.000	14.077.855	29.578.026	48.167.928	73.340.270	116.347.955
Total Activo Corriente:	17.395.000	14.077.855	29.578.026	48.167.928	73.340.270	116.347.955
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Maquinaria y Equipo de Operación	11.800.000	10.620.000	9.440.000	8.260.000	7.080.000	5.900.000
Muebles y Enseres	3.305.000	2.644.000	1.983.000	1.322.000	661.000	0
Equipo de Oficina	4.500.000	3.000.000	1.500.000	0	0	0
Total Activos Fijos:	19.605.000	16.264.000	12.923.000	9.582.000	7.741.000	5.900.000
ACTIVO	37.000.000	30.341.855	42.501.026	57.749.928	81.081.270	122.247.955
Pasivo						
Impuestos X Pagar	0	0	1.394.517	3.685.688	7.769.610	16.657.859
Obligaciones Financieras	20.000.000	16.000.000	12.000.000	8.000.000	4.000.000	0
PASIVO	20.000.000	16.000.000	13.394.517	11.685.688	11.769.610	16.657.859
Patrimonio						
Capital Social	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000	17.000.000
Reserva Legal Acumulada	0	0	0	1.410.012	3.458.288	6.295.099
Utilidades Retenidas	0	0	-1.993.609	7.171.468	20.485.262	38.924.534
Utilidades del Ejercicio	0	-2.658.145	14.100.118	20.482.760	28.368.111	43.370.462
PATRIMONIO	17.000.000	14.341.855	29.106.509	46.064.240	69.311.660	105.590.095
PASIVO + PATRIMONIO	37.000.000	30.341.855	42.501.026	57.749.928	81.081.270	122.247.955

Estado de resultados

Los estados de resultados nos muestran de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en dicho periodo, estas proyecciones del plan de negocios evidencian que en el ejercicio de las actividades la utilidad operativa en los dos primeros años es negativa debido a la demanda del servicio y la incursión en el mercado, asimismo sumándole a esto los gastos de administración y gastos de ventas, en este periodo se considera que la empresa alcanzara su punto de equilibrio y que a partir del segundo año.

Tabla 32.*Estado de resultados*

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	58.008.000	84.611.200	93.981.400	103.778.900	114.490.450
Devoluciones y rebajas en ventas	0	0	0	0	0
Materia Prima, Mano de Obra	20.537.524	61.286.503	63.202.509	66.719.197	68.760.303
Depreciación	903.651	2.806.922	2.844.113	2.895.613	3.073.586
Agotamiento	0	0	0	0	0
Utilidad Bruta	36.566.825	20.517.775	27.934.778	34.164.090	42.656.561
Gasto de Ventas	6.310.000	3.507.840	3.616.583	3.728.697	3.840.558
Gastos de Administración	23.580.000	24.340.620	25.095.179	25.850.489	26.626.003
Provisiones	0	0	0	0	0
Amortización Gastos	0	0	0	0	0
Utilidad Operativa	9.489.725	37.531.793	45.323.899	53.525.283	62.696.225
Otros ingresos					
Intereses	3.094.358	2.635.307	2.033.250	1.332.187	653.990
Otros ingresos y egresos	-3.094.358	-2.635.307	-2.033.250	-1.332.187	-653.990
Utilidad antes de impuestos	6.395.367	34.896.486	43.290.649	52.193.096	62.042.235
Impuesto renta +CREE	0	1.394.517	3.685.688	7.769.610	16.657.859
Utilidad Neta Final	6.395.367	33.501.969	39.604.961	44.423.486	45.384.376

Análisis de la VAN y TIR

Cuando se lleva a cabo la planificación de un proyecto empresarial es fundamental analizar las posibilidades para obtener rentabilidad por parte de nuestro proyecto y especialmente si es viable o no.

Cuando se inicia un emprendimiento se realizan inversiones iniciales las cuales son adquiridas por lo general de créditos o recursos propios y se espera obtener una rentabilidad a lo largo de los años. Esta rentabilidad por lo general debe superar la inversión con poco riesgo ya que, si no, sería más sencillo invertir el dinero en otros servicios con bajo riesgo en lugar de dedicar tiempo y esfuerzo a la creación empresarial.

Dos de los parámetros más utilizados al momento de calcular la viabilidad de un proyecto son el VAN (Valor Actual Neto) y el TIR (Tasa Interna de Retorno). Los dos conceptos se fundamentan en lo mismo: la estimación de los flujos de caja que tenga la empresa.

Si se realiza una estimación de los ingresos en la empresa durante cinco años, para que el proyecto sea rentable, el VAN tendrá que ser superior a cero lo que significa que se recupera la inversión inicial y se tendrá más capital que si se hubiese puesto a renta fija.

En la proyección realizada se estiman que los flujos de caja operativos para el estudio de factibilidad del presente estudio se evidencio un resultado positivo con TIR de 73% y una VAN 112.158.461

Tabla 33.

Análisis de la TIR y la VAN del plan de negocios

Criterios de Decisión	
Tasa mínima de rendimiento a la que aspira el emprendedor.	10%
TIR (Tasa Interna de Retorno)	73%
VAN (Valor actual neto)	112.185.461
PRI (Periodo de recuperación de la inversión)	1,29
Duración de la etapa improductiva del negocio (fase de implementación) en meses.	6 mes
Nivel de endeudamiento inicial del negocio, teniendo en cuenta los recursos a solicitar.	54,05%
Periodo en el cual se plantea la primera expansión del negocio	12 mes
Periodo en el cual se plantea la segunda expansión del negocio	24 mes

Egresos

Se proyecta iniciar ventas en el mes de enero de 2022. Para el primer año de operación se esperan vender \$58.008.8000. Se proyectaron unas ventas en el primer mes por un valor total de \$ 4.296.000. Estas proyecciones fueron hechas con base en la información que arrojo el estudio de mercado. Esta empresa comienza operaciones con 2 consultores, por lo tanto, en el primer mes se espera atender un promedio de 270 horas de asesorías a los diferentes nichos de mercado. Se proyectó también un crecimiento en las ventas del 10% anual teniendo en cuenta la inflación proyectada del 3,43%, un aumento en las cantidades de material aproximada del 15%.

Los gastos en los que incurre la organización serán los siguientes: La mano de obra incluye el pago de salarios, un gasto mensual de \$ 8.657.524 y anual de \$48.999.019, este incluye los 2 colaboradores. El costo del servicio en este caso suma un gasto anual de \$11.190.000. Los gastos administrativos incluyen el salario del colaborador administrativo que es el salario mínimo mensual vigente, gastos de arrendamiento y de teléfono. Es un gasto mensual de \$ 1.965.000 y un gasto anual de \$ 23.580.000.

Capital de trabajo

Una vez determinado los gastos iniciales de operación, se estipula el capital de trabajo, este dinero servirá para mantener la operación del negocio durante los próximos dos meses después de la apertura con el propósito de mantener la prestación del servicio sin interrupción y como reserva para cualquier imprevisto que se presente.

Como capital de trabajo se dispondrán de \$17.000.000 suma que será administrada por el gerente general, el cual tendrá la responsabilidad de hacer buen uso y distribución de estos recursos.

CONCLUSIONES

Una vez realizado el estudio de factibilidad del proyecto, se cuenta con la información y datos necesarios para llegar a las siguientes conclusiones:

- Al realizar el estudio de mercado se generó una muestra de la población a estudiar. Entre las cuales están la comunidad estudiantil, empresas públicas, privadas y ONG, se realiza un estudio estratificado para finalmente sacar una muestra de la población a estudiar de 285 personas.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado y teniendo en cuenta las encuestas y respuesta de los clientes, tales como, estudiantes universitarios, profesores, empresarios. El nivel de demanda del servicio por parte del cliente objetivo es significativo, por lo que se puede decir que existe un mercado potencial para este servicio, en el mercado de las asesorías y consultorías en investigación y proyectos.
- Existe un alto nivel de aceptación del servicio por parte de la población y futuros clientes, donde se percibe la intención de contratar un apoyo para sus proyectos, como lo son la consultoría y la asesoría.
- Durante el análisis financiero y económico realizado, resultó que el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos, en la ciudad de Barranquilla. Es económicamente factible al ser la rentabilidad de la TIR mayor que la rentabilidad exigida por el inversionista con un 25% y con un valor actual neto positivo.
- Finalmente se diseñan las estrategias para incursionar en el mercado las cuales contienen promociones en folletos y digitales, precios accesibles, servicios de calidad. Los cuales son un pilar fundamental para penetrar en el mercado y tener una alta demanda.

RECOMENDACIONES

- Al ser una empresa nueva con un servicio poco explotado, se recomienda hacer buen uso de los recursos de marketing para lograr un mayor impacto en el reconocimiento de la microempresa. Implementando el desarrollo de un sitio web dinámico y rápido, para mejorar la imagen corporativa de la empresa.
- Hacer una proyección de la propuesta y la consecución de cliente en otros departamentos de la región.
- Realizar un estudio periódico que le permita a la empresa conocer la opinión de los clientes y trabajadores para mejorar los servicios, imagen y cualquier recomendación o sugerencia que puedan aportar para el mejoramiento continuo de la microempresa.
- Innovar continuamente los servicios prestados, capacitando los trabajadores para mejorar su competencia y por ende el de la microempresa de consultoría y asesoría.
- Mantener un ambiente laboral sano implementando la comunicación entre los trabajadores, aplicando estrategias para la buena administración de tiempo y motivando continuamente los empleados.

BIBLIOGRAFÍA

- C. Rama, *Los postgrados en América Latina y el Caribe en la sociedad del conocimiento*. México: USUAL., 2007.
https://www.researchgate.net/publication/259812222_Los_postgrados_de_America_Latina_en_la_sociedad_del_conocimiento
- DNP, “Índice Departamental de Innovación para Colombia (IDIC), 2017,” no. Idic, p. 199, 2017. Recuperado de:
https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/DNP/Informe%20de%20Gesti%C3%B3n_Planeaci%C3%B3n2018.pdf
- Consejo Nacional de Acreditación, “Lineamientos para la acreditación de programas de Pregrado,” *J. Chem. Inf. Model.*, vol. 53, no. 9, pp. 1689–1699, 2013. Recuperado de:
https://www.cna.gov.co/1741/articles-186359_pregrado_2013.pdf
- Asociación Nacional de Instituciones Financieras, “Lectura Nacional Lectura Regional,” vol. 2, p. 143, 2014. Recuperado de:
https://gydconsulting.com/userfiles/14709_gran_encuesta_pyme_2014_I_2.pdf
- E. Verano, D. E. L. A. Rosa, C. A. Rojas, S. David, and S. U. Z. Maya, “Plan de desarrollo Atlántico Líder,” 2019. Recuperado de:
https://www.atlantico.gov.co/images/stories/plan_desarrollo/plan_de_desarrollo_2016_2016_definitivo.pdf
- Camara de comercio Barranquilla, *Análisis del perfil de empresas mipymes*. 2016. Recuperado de:
<https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/19327/Perfil%20empresas%20mipymes%20del%20Atlantico.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- F. Rodríguez and J. Moreno, *Manual para la identificación de oportunidades de negocio*. 2012. Recuperado de:
https://www.uv.es/motiva/MarDelPlata06/infoem/documents/3_identificacionOportunidades_SAE.pdf
- J. M. morelo Louis Jacques Filion, Luis Cisnero, *Administración de PYMES*, PRIMERA ED. MEXICO: PEARSON, 2011. Recuperado de: <http://daltonorellana.info/wp-content/uploads/sites/436/2014/08/ADMINISTRACION-DE-PYMES-EMPREDER-DIRIGIR-Y-DESARROLLAR-EMPRESAS.pdf>
- I. Quallenberg, “La Diferencia Entre Tecnología y Ciencia,” 2012. Recuperado de:
<https://www.redalyc.org/pdf/2110/211026873008.pdf>
- J. Flórez, *Proyectos de inversión para las Pyme.*, 3a. ed. 2015. Recuperado de:
<https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2015/11/Proyectos-de-inversio%CC%81n-para-PyME-3ra-Edicio%CC%81n.pdf>
- S. A. LÓPEZ, “El Asesoramiento Vocacional,” 2016. Recuperado de:
<https://pyme.lavoztx.com/las-diferencias-entre-consultora-y-asesora-9813.html#:~:text=La%20asesor%C3%ADa%20es%20usualmente%20una,quien%20pueda%20ayudar%20a%20resolverlos>
- C. William, *Cómo ser un Consultor Exitoso*, 2003. Recuperado de:
https://books.google.com.co/books?id=2zoCgHbCTqMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gb_s_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

- E. Guevara Pérez, "Lineamientos para la formulación de proyectos de investigación y divulgación científica de los resultados," *Rev. Científica UDO Agrícola*, vol. 12, no. 3, pp. 505–521, 2012. Recuperado de: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LineamientosParaLaFormulacionDeProyectosDeInvestig-4689038.pdf>
- A. Aguilar, "TIC en el apoyo a la enseñanza de la investigación y las," vol. 1, pp. 11–27, 2015. Recuperado de: <file:///C:/Users/Usuario/Downloads/1094-Texto%20del%20art%C3%ADculo-4686-1-10-20151007.pdf>
- J. T. R. Morales, Oscar Alberto, Ángel Gabriel Rincón, "Cómo enseñar a investigar," *Educere*, vol. 9, pp. 217–224, 2005. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/356/35602910.pdf>
- G. SCRIBANO, A., GANDIA, G. & MAGALLANES, "La enseñanza de la 'metodología de la investigación' en ciencias sociales," in *Ciencias Sociales Online*, vol. Vol. 3, No, Viña del Mar (Chile: Universidad de Viña del Mar, 2006, pp. 1–15. Recuperado de: http://www7.uc.cl/sw_educ/educacion/grecia/plano/html/pdfs/linea_investigacion/Otros_IOT/IOT_003.pdf
- S. Alc, "investigación y desarrollo (I + D)," vol. 9, no. 232, pp. 65–81, 2010. Recuperado de: <https://www.dinero.com/economia/articulo/rentabilidad-de-inversion-en-investigacion-e-innovacion-analisis-ivan-montenegro/221692>
- E. A. Cabot, "Una aproximación a la concepción de ciencia en la contemporaneidad desde la perspectiva de la educación científica," *Ciência Educ.*, vol. 20, no. 3, pp. 549–560, 2014. Recuperado de: <https://www.scielo.br/pdf/ciedu/v20n3/1516-7313-ciedu-20-03-0549.pdf>
- W. A. Cohen, "El Negocio De La Consultoría," *Como Ser Un Consult. Exitoso*, pp. 1–26, 2003. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=2zoCgHbCTqMC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- D. R. Gómez, "Modelos para la creación y gestión del conocimiento: una aproximación teórica," *Educación*, vol. 37, no. 25 a37, p. 16, 2006. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/28160293_Modelos_para_la_creacion_y_gestion_del_conocimiento_una_aproximacion_teorica
- E. H. Hugo Garcés Paz, Dianderas, *Investigación Científica*, vol. 9. 2006. Recuperado de: https://digitalrepository.unm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1356&context=abya_yala
- O. M. de la P. I. OMPI, "¿Qué es la propiedad intelectual?," *¿Qué es la Prop. Intelect.*, pp. 2–3, 2015. Recuperado de: https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/intproperty/450/wipo_pub_450.pdf
- B. T. H. Davenport, L. Prusak, and A. Webber, "Working Knowledge : How Organizations Manage What They Know," pp. 1–15, 2000. Recuperado de: https://books.google.com.co/books?id=-4-7vmCVG5cC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbg_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false
- F. S. Sobrero and F. C. E. Unl, "Análisis de Viabilidad : La cienicienta en los Proyectos de Inversión," pp. 1–20, 2009. Recuperado de: <http://www.asociacionag.org.ar/pdfcap/5/Sobrero,%20Francisco%20->

%20ESTUDIOS%20DE%20VIABILIDAD%20LA%20CENICIENTA%20DE%20LOS%20PROYECTOS%20DE%20INVERSION.pdf

- C. A. T. Bernal, *Metodología de la investigación*. 2010. Recuperado de:
<https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Revista Dinero, “La consultoria en colombia,” / 4/23/1999, Bogota DC, p. 1, 19-Feb-2000.
 Recuperado de: <https://www.dinero.com/edicion-impresa/management/articulo/la-consultoria/14019>
- B. de la República, “Información recopilada y calculada por el Departamento Técnico y de Información Económica del Banco de la República. 30 de mayo de 2017,” pp. 1–23, 2017. Recuperado de:
http://sirhuila.gov.co/images/sirhuila/DOCUMENTOS/Boletines/Banco_de_la_republica/Indicadores_economicos/Indicadores_2017/Boletn-indicadores-econmicos-Banco-de-la-Repblica-30-de-mayo-de-2017.pdf
- A. Preferences, D. Preferences, and A. Preferences, “Boletín técnico,” no. 23, pp. 1–4, 2009.
 Recuperado de:
https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/eas/bp_EAS_2018.pdf
- N. Barranquilla, “Atlántico barranquilla 2015,” 2015. Recuperado de:
https://www.dane.gov.co/files/icer/2015/ICER_Atlantico2015.pdf
- FONADE, “Informe empresas de consultoria,” pp. 1–20, 2013. Recuperado de:
https://www.enterritorio.gov.co/web/sites/default/files/2019-12/documentos/informe_rendicion_cuentas_fonade_9dic_13.pdf
- M. Cohen, R. & Swerdlik, *Pruebas y evaluación psicológicas: Introducción a las pruebas y a la medición.*, 4^a. ed. México, 2001. Recuperado de:
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Cohen-Swerdlik-Pruebas-y-evaluacion-psicologicas-Introduccion-a-las-pruebas-y-a-la-medicion-pdf.html>
- E. E. Choy Zevallos, “El dilema de los costos en las empresas de servicios,” vol. 20, pp. 7–14, 2012 Recuperado de:
<https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/quipukamayoc/2012/V20n35-I/pdf/a02v35n1.pdf>

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta comunidad estudiantil

ITEM	OBSERVACION	PREGUNTAS
1	(Marque una única respuesta)	¿Conoce empresas u personas que presta servicios de consultoría o investigación científica? SI NO
2	(Marque una o más respuesta)	¿Qué tipo de servicios ofrecen? Asesorías en proyectos universitarios Asesorías en elaboración de tesis de grado Asesorías en elaboración de artículos científicos Formulación de planes de negocios Todas las anteriores
3	(Marque una única respuesta)	¿Ha tomado algún servicio en consultoría de investigación u otros ? Si NO
4	(Enumere del 1 al 4, siendo 1 el aspecto más importante y 4 el menos importante)	¿Qué servicios ha tomado cuando requiere una consultoría o asesoría? Asesorías en proyectos universitarios Asesorías en elaboración de tesis de grado Asesorías en elaboración de artículos científicos Formulación de planes de negocios
5	(Marque una única respuesta)	El Método de pago lo realizo por : Horas asesoradas Producto final entregado 50% anticipo y 50% con entrega final Por adelantado Otros
6	(Marque una única respuesta)	¿Cómo considera que es la calidad del servicio cuando le entregan los resultados finales? Bueno Malo Regular
7	(Enumere del 1 al 5, siendo 1 el aspecto más importante y 5 el menos importante)	¿Qué problemas o aspectos por mejorar presenta los servicios de asesorías que usted ha tomado? Puntualidad en las entregas Comunicación continua y fluida Flexibilidad de reuniones o cotizaciones Poca publicidad Formalización del negocio o empresa.
8	(Enumere del 1 al 9, siendo 9 el aspecto más importante y 1 el menos importante)	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de asesoría y consultoría en investigación y formulación de proyecto? \$ 15.000 \$ 20.000 \$ 25.000 \$ 30.000
	(Marque una única respuesta)	¿Qué criterios tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? Reconocimiento de la empresa o persona consultora Precio de la consultoría Condiciones del servicio Flexibilidad en el paquete de consultoría Otra
10	(Marque una única respuesta)	¿Qué inquietudes tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? Incumplimiento del paquete de servicios pactado El no cumplimiento de los objetivos Confiabilidad con la información Todas las anteriores

Anexo 2. Encuesta entidades territoriales, ONG, empresas

ITEM	OBSERVACION	PREGUNTAS
1	(Marque una única respuesta)	¿Conoce empresas u personas que presta servicios de consultoría investigación científica? SI NO
2	(Marque una o más respuestas)	¿Qué tipo de servicios ofrecen? Consultorías integrales Consultorías empresariales Consultorías y asesorías en investigación Consultorías y asesorías en formulación de proyectos
3	(Marque una única respuesta)	¿Ha tomado algún servicio en consultoría de investigación u otros ? Si NO
4	(Enumere del 1 al 4, siendo 1 el aspecto más importante y 4 el menos importante)	¿Qué servicios de consultoría o asesoría se requieren con mayor frecuencia? Asesorías en proyectos Asesorías formulación proyectos (MGA) Asesorías y consultorías en investigación y desarrollo Formulación de planes de negocios Asesorías (contables financieras, mercadeo, organizacional)
5	(Marque una única respuesta)	El Método de pago lo realizo por : Horas asesoradas Producto final entregado 50% anticipo y 50% con entrega final Por adelantado Otros
6	(Marque una única respuesta)	¿Cómo considera que es la calidad del servicio cuando le entregan los resultados finales? Bueno Malo Regular
7	(Enumere del 1 al 5, siendo 1 el aspecto más importante y 5 el menos importante)	¿Qué problemas o aspectos por mejorar presenta los servicios de asesorías que ha tomado? Puntualidad en las entregas Comunicación continua y fluida Flexibilidad de reuniones o cotizaciones Poca publicidad Formalización del negocio o empresa.
8	(Enumere del 1 al 9, siendo 9 el aspecto más importante y 1 el menos importante)	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hora en un servicio de asesoría y consultoría en investigación y formulación de proyecto? \$ 15.000 \$ 20.000 \$ 25.000 \$ 30.000
9	(Marque una única respuesta)	¿Qué criterios tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? Reconocimiento de la empresa o persona consultora Precio de la consultoría Condiciones del servicio Flexibilidad en el paquete de consultoría Otra
10	(Marque una única respuesta)	¿Qué inquietudes tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría? Incumplimiento del paquete de servicios pactado El no cumplimiento de los objetivos Confiabilidad con la información Todas las anteriores

Anexo 3. Validación del instrumento de captura de información

Instrumento de captura de información

Título de la investigación: Estudio de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios de consultoría y asesoría en investigación científica y proyectos, en la ciudad de Barranquilla.

Objetivo General: Realizar un estudio de factibilidad de una microempresa de consultoría y asesoría en proyectos de investigación científica y desarrollo en la ciudad de Barranquilla

Objetivos específicos:

- Realizar un estudio de mercado que indique el segmento de la población al cual se va a dirigir la propuesta, las estrategias que se van usar para penetrar el mercado y la demanda potencial estimada.
- Realizar un estudio técnico de operación acorde al proceso de prestación del servicio.
- Diseñar estudio organizacional apropiado en cuanto a la estructura organizacional, y los aspectos legales del negocio.

Realizar un análisis financiero y proyecciones de viabilidad económica y financiera de la propuesta

Tipo de Instrumento de recolección de datos: El tipo de instrumento para la recolección de datos es la encuesta.

Población del estudio: La población de estudio está compuesta por personas profesionales pertenecientes a la comunidad estudiantil universitaria, funcionarios de entidades territoriales, de ONG y gerentes o dueños de microempresas.

Evaluación de instrumento: Usted ha sido seleccionado para responder este instrumento, por el conocimiento, expectativas o interés que puede tener sobre el tema. Para el logro de los objetivos planteados, a continuación, se le presentan una serie de reactivos (preguntas o afirmaciones), su valiosa colaboración consiste en responder cada uno de los mismos, según las siguientes premisas:

- Lea muy bien cada reactivo antes de responderlo.
- No hay respuestas correctas ni incorrectas.
- No deben dejarse reactivos sin respuesta.
- Sólo debe escoger una alternativa por reactivo.
- No tenga temor de responder honestamente.

La información por usted suministrada es anónima, no le compromete y sólo tiene fines académicos.

Variables operacionales del estudio de mercado

Objetivo	Variables	Dimensiones	Indicadores
Estimar la proyección de la demanda de los servicios durante los primeros cinco años de operación.	Mercado	Dinámica del mercado	Sobre el mercado del servicio
			Competencia
Estimar el precio promedio para el valor de las consultorías y asesorías en investigación	Estrategias de Precios	Tipo de estrategias de Precio	Precios de Penetración
			Forma de pago de la consultoría
			Fijación de precios
Estimar la percepción de criterio de calidad de la población	Calidad	Estrategias de servicio	Calidad del servicio prestado

En el siguiente cuadro la persona seleccionada evaluará la pertinencia de cada uno de los reactivos respecto al objetivo, variable e indicador, con el propósito de conocer si es adecuado o inadecuado para la construcción y validación de la fiabilidad del instrumento, se marcará con una X el criterio elegido, finalmente la persona dará su punto de vista en observaciones.

Nombre: _____

Instrumento de recolección de datos

Firma: _____

Validación del Instrumento					El instrumento es válido						Sí		No		
Variables	Dimensiones	Indicadores	N° de Pregunta	RRE Indicadores E	Pertinencia						Tipo de Pregunta		Redacción		OBSERVACIÓN
					Objetivo		Variable		Indicador						
					Adecuado	Inadecuado	Adecuado	Inadecuado	Adecuado	Inadecuado	Adecuado	Inadecuado	Adecuado	Inadecuado	
Mercado	Dinámica del mercado	Empresas en el mercado del servicios	1	Conoce empresas u personas que presta servicios de consultoría investigación científica?											
			2	¿ Contrataría usted un servicio de asesoría o consultoría en investigación o proyecto?											
			3	¿Ha tomado algún servicio en consultoría de investigación u otros ?											
			4	¿Qué clase de servicios de consultoría o asesoría contrataría?											
		Competencia	5	¿conoce empresas dedicadas a la asesorías y consultorías proyectos e investigación ?											
Estrategias de Precios	Tipo de estrategias de Precio	Precios de Penetración	6	¿los precios de los diferentes servicios son bajos?											
		Forma de pago de la consultoría	7	Lo términos de pago del contrato de asesoría o consultoría que más se ajusta a usted es:											
		Fijación de precios	8	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por hora de asesoría o consultoría?											
Calidad	Estrategias de servicio	Calidad del servicio prestado	9	Que aspectos valora más al momento de una asesoría											
			10	¿Qué criterios tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría?											
			11	¿Qué inquietudes tendría en cuenta a la hora de adquirir un servicio de consultoría?											

Anexo 4. Repositorio de tablas en Excel de las proyecciones financieras y balances

Recopilación de las tablas, Link:

https://drive.google.com/file/d/1tHEq8kLDrn_KhAWiCoyh89c2f0Xj7CPX/view?usp=sharing